

中国 K-12 教育培训 To B 市场发展报告

（摘要版）

中国教育科学研究院
好未来集团
奥纬咨询

2020.07

VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

扫码免费领取资料



房中术(www.nblax520.com)专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等......

扫码加微信lax988988领取资料



==

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练
32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦...........

目录

Table of Content

前言 01

一、中国 K-12 教育培训行业发展概况 03

（一）整体市场规模 04

（二）细分市场分析 - 按教学模式 05

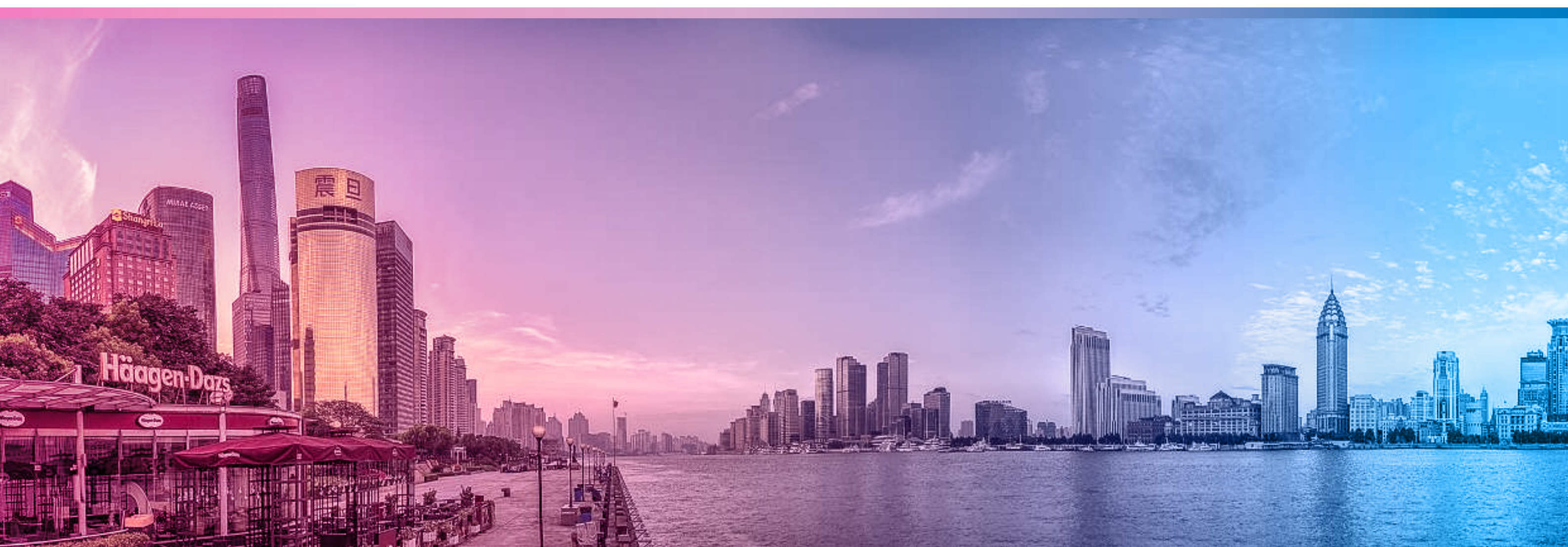
二、中国 K-12 教育培训 To B 市场需求端发展概况 06

（一）教育 To B 市场需求端五类主体 07

（二）教育 To B 市场需求端竞争格局 09

（三）教育 To B 市场需求端发展瓶颈 10

（四）新冠肺炎疫情影响 12



三、中国 K-12 教育培训 To B 市场供给端发展概况 13

（一）教育 To B 市场供给端生态全景 14
（二）教育 To B 供给端五大细分市场 16
（三）教育 To B 供给端五大细分市场演变趋势 18
（四）教育 To B 工具市场 20
（五）教育 To B 内容市场 25
（六）教育 To B 综合体市场 29
（七）教育 To B 社区与培训市场 33
（八）教育 To B 智能技术市场 37
（九）好未来教育 To B 生态圈 40

四、中国 K-12 教育培训 To B 市场发展趋势 46

（一）新冠肺炎疫情引爆线上教育需求，激发教育 To B 市场高速增长 47
（二）智能技术引领教育模式革新，助力优质 To B 资源规模化供给 47
（三）培训机构需求升级倒逼服务商转型，促进教育 To B 迈向内部融合新阶段 47
（四）产业互联网浪潮促使互联网巨头加码进入，重塑教育 To B 竞争格局 48
（五）行业环境变革推动 To B 生态化进程加速，重构教育 To B 价值链 48



（摘要版）

中国K-12教育培训To B 市场发展报告

2020



扫码预购完整版报告


扫码预购完整版报告

前言

PREFACE

优质教育资源稀缺、教育资源地区及校际间分布不均、教育的优质均衡发展尚未完全实现等仍然是影响我国基础教育发展的突出矛盾。作为优质教育资源的有效供给和补充，近年来 K-12（全称为 Kindergarten to 12th Grade，以下简称 K-12）教育培训的社会需求旺盛，推动教育培训行业形成万亿级市场，受到越来越多投资机构高度关注，针对于此行业的研究报告也层出不穷。但绝大部分研究报告均聚焦教育培训 To C 市场，对 To B 市场探讨较少。

中国有全球最大的教育培训 To C 市场，其也有可能支撑起最富活力的中国教育培训 To B 市场。长久以来，尽管中国教育培训行业体量巨大，但各类校外培训机构类型丰富多样、发展水平参差不齐，尚未形成一个发展动力持续稳定、内部结构科学合理的生态，教育培训行业的“需求端”、“供给端”间的生态关系尚未完全建立，在市场中共生共赢的路径尚待探寻。同时，“政策端”科学施策为教育培训行业的生态提供必要的引导与支持，“投资端”精准切入为教育培训行业不断注入活力，均需要深度剖析中国教育培训 To B 市场现状，科学评估其未来趋势。报告将作为全景透视中国教育培训 To B 市场的一个窗口，为推动中国教育培训行业生态的持续进化，促进政策、产业、机构及终端用户全生态价值链的科学发展提供决策依据与咨询建议。

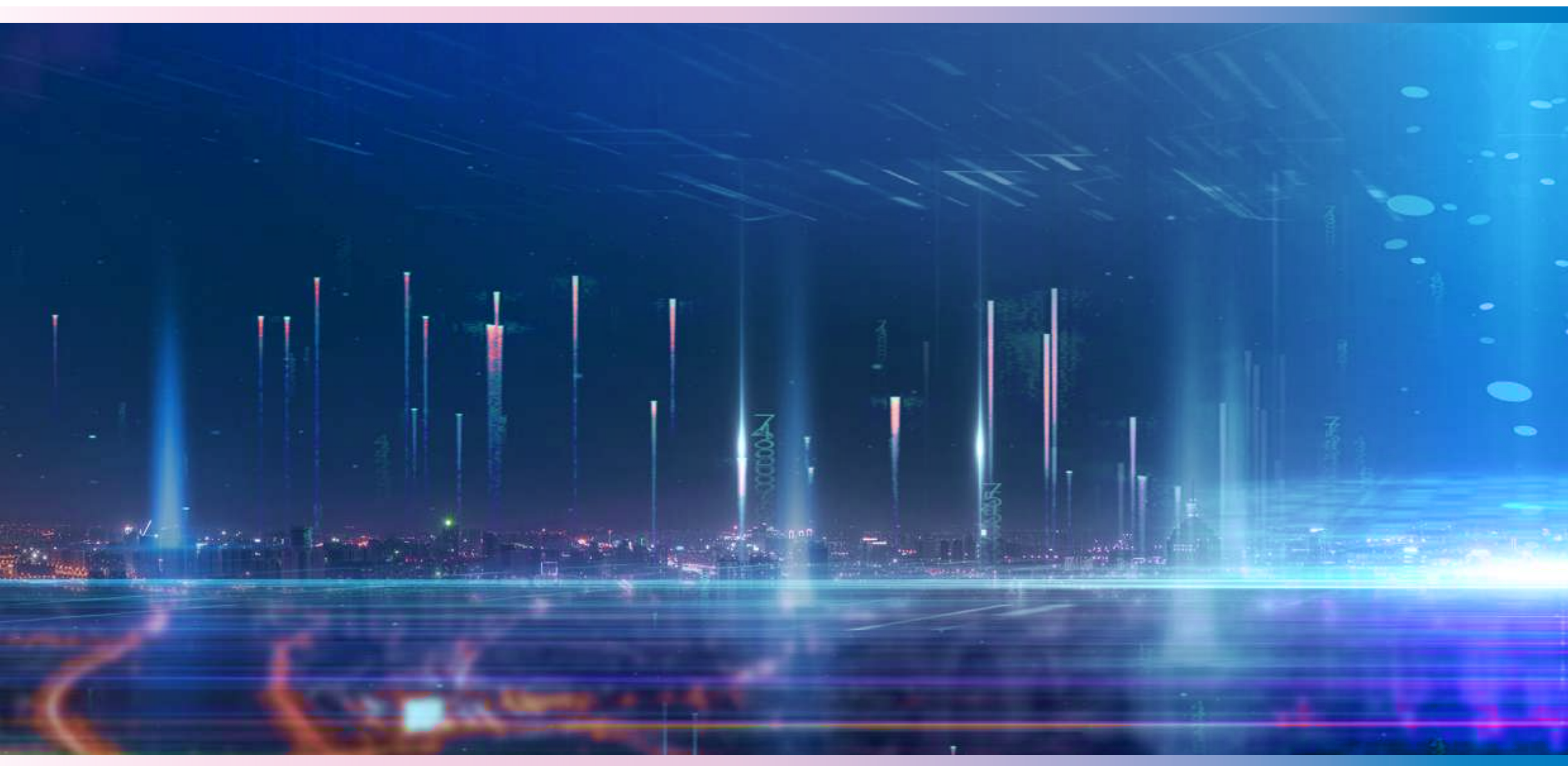
作为本报告的直接研究对象，中国 K-12 教育培训 To B 市场指的是为全国近百万家 K-12 校外培训机构提供产品和服务的市场。主要的产品和服务包括以工具、内容、平台、硬件以及智能技术为主要形态的五类解决方案，覆盖招生引流、教学授课、运营管理、场地租赁的全场景需求。该市场旨在通过市场分工，打通教育培训的关键资源供应链瓶颈，解决机构经营痛点，解放并帮助机构更好地投入教育核心过程，激发机构发展潜力。研究范围触及中国 K-12 教育培训行业发展现状、中国 K-12 教育培训 To B 市场需求端发展分析、中国 K-12 教育培训 To B 市场供给端发展分析及 To B 市场未来发展的整体展望。

为尽可能保证研究的科学性，从需求端和供给端获取丰富、可信的鲜活数


扫码预购完整版报告

据，本报告的编制过程中采用了问卷调查法、文献分析法、访谈法等多种途径与方法。 项目调研团队编制的面向 K-12 校外培训机构的调查问卷，涵盖 27 个维度 69 个问题点，着重从政策影响、招生管理、教务运营、教学授课、学习支持等维度对 K-12 校外培训机构的市场和运营现状展开了较为全面的调查，并着重采集各机构未来发展中的迫切需求。

本次调研历时三个月 , 共采集到有效问卷 365 份。通过对调研数据的综合分析，项目调研团队系统梳理出当前教育培训行业的发展现状和需求模型，为本报告中关于政策影响、需求定位、供给现状、发展趋势、技术应用等的相关论断提供了必要的数据支持。同时，通过开展市场研究和专家访谈，并综合来自专业咨询机构、新闻与网络媒体及 To B 市场运营主体等多视角的观点和数据，项目调研团队纵向从“内容、平台、软件、硬件、底层技术”五类产品形态打开，横向从招生引流、教学授课、运营管理、场地租赁四大场景打开，首次体系化梳理了中国 K-12 教育培训 To B 市场的全集，并着重在“内容市场、工具市场、综合体市场、社区与培训市场、智能技术市场”五大板块上进行展开，分析相关产品和技术的发展历程、市场现状、未来发展等，并以案例的形式给出各个板块的优秀实践，鼓励其发挥带头示范作用，为其他校外培训机构的教学探索提供参考。





一、中国 K-12 教育培训行业发展概况

近两年来，国家加大了对 K-12 教育培训行业的引导与规范力度。同时，信息技术发展、经济平稳运转、收入增长、公众教育意识升级，为我国 K-12 教育体系加速变革升级创造了良好的环境。与此同时，教育技术加速应用、教学模式变革创新、教学效果不断提升，教育培训行业经历着价值链的改造重塑。

经测算，2019 年我国 K-12 教育培训行业市场规模已超 8000 亿元，预计 2025 年将突破万亿元。其中，在线教育市场保持良好增长态势，新冠肺炎疫情期间规模显著提升，市场规模占比突破 20%，预计至 2025 年，在线教育市场营收规模可达约 2300 亿元。




扫码预购完整版报告

（一）整体市场规模



我国 K-12 教育培训行业主要包括课后辅导、素质教育、英语培训三大细分市场，近 3 年来整体规模急剧增长。据奥纬咨询测算，2019 年中国 K-12 教育培训行业市场规模已超 8000 亿元，其中课后辅导细分市场占比约六成，市场规模约 4700 亿元；素质教育和英语培训细分市场的规模分别约 2500 亿元和 800 亿元。2017 年 -2019 年，我国 K-12 教育培训行业市场规模年复均合增速接近 30%。

受新冠肺炎疫情影响， K-12 教育培训行业大规模闭校停课，预计 2020 年整体市场将遭遇巨大损失，缩水 50% 至约 4000 亿元。随着疫情逐渐平息，预计 2021 年市场规模在可恢复至 7300 亿元， 2025 年可突破 14000 亿元，不同学科类型占比基本稳定。

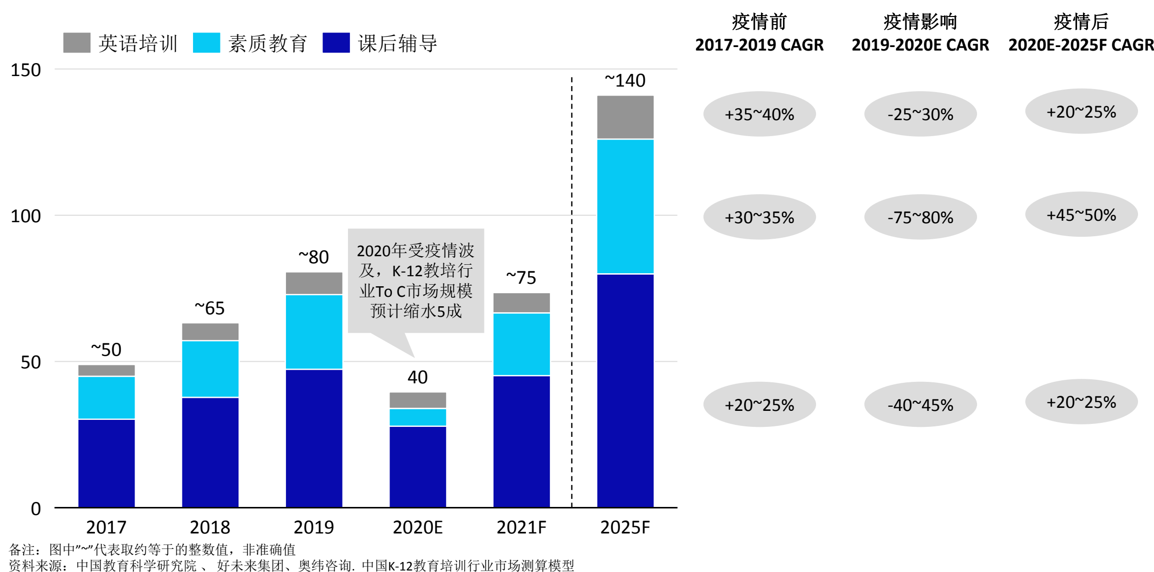


图 1—— 中国 K-12 教育培训行业市场规模


扫码预购完整版报告

（二）细分市场分析-按教学模式

按教学模式划分，我国 K-12 教育培训市场主要包括线上和线下两个板块。经奥纬咨询测算，2017 年至 2019 年间，我国 K-12 教育培训行业线下市场营收规模由约 4700 亿元增长至约 7700 亿元，线上份额约为 5%。新冠肺炎疫情期间，线下校外培训停滞，线上板块逆势增长，预计 2020 年线上板块份额将提升至约 20%，2021 年有望突破 1000 亿元，主要由课后辅导需求推动。至 2025 年，预计线下板块营收规模可达约 11800 亿元，线上市场营收规模可达约 2300 亿元。

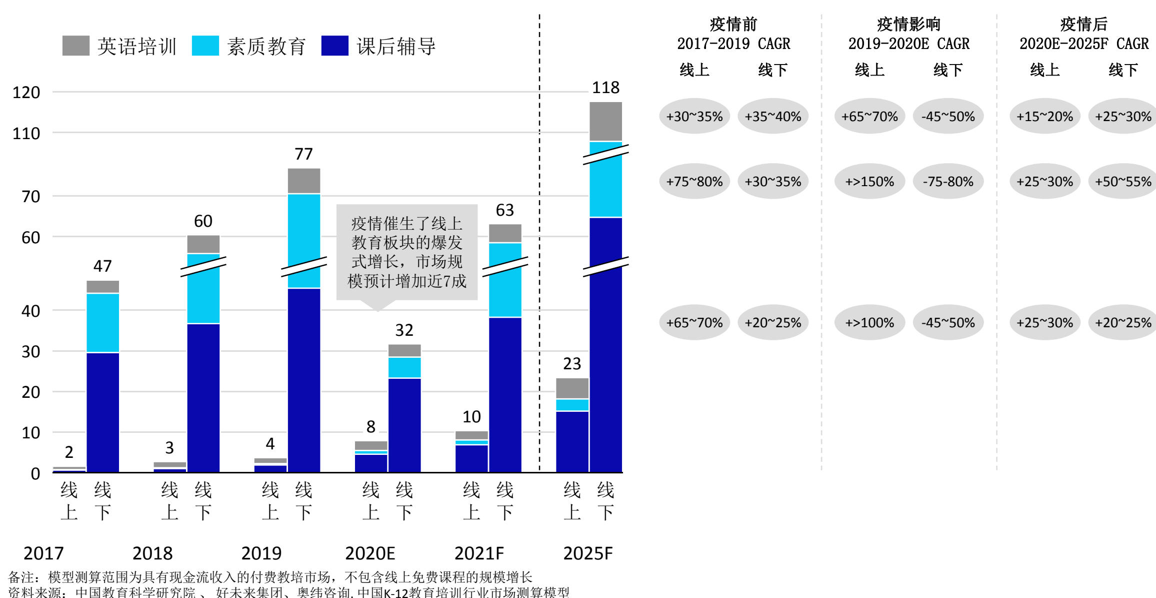


图 2—— 中国 K-12 教育培训行业市场规模 - 按教学模式拆分





二、中国 K-12 教育培训 To B 市场需求端发展概况

近年来中国 K-12 教育培训行业发展成为以五类校外培训机构为主体的万亿级市场，整体呈现出长期向好的发展势头。未来 K-12 教育培训行业发展格局面临着由“金字塔型”向“哑铃型”加速转变的挑战和机遇。当前，招生引流、教学授课、运营管理是制约 K-12 教育培训行业发展的主要短板，尤其是招生环节在疫情期间受到较大冲击。因此，聚焦发力、补齐短板应成为教育培训行业应对挑战、抓住机遇的首要选择。



扫码预购完整版报告



（一）教育To B市场需求端五类主体

根据奥纬咨询 K-12 校外培训机构问卷调研结果估计，我国拥有近百万家 K-12 校外培训机构，按照营业收入规模可大致分为巨、大、中、小、微 5 类：

- **巨型校外培训机构。**以好未来为代表的巨型综合类校外培训机构约有15-25家，2019年整体市场份额约为5%，单机构营收规模超过10亿元，每年参培人次可达10万人以上，业务范围涵盖课后辅导、英语培训等，地域布局覆盖全国。

- **大型校外培训机构。**以思考乐、四季教育为代表的大型校外培训机构约有300-600家，2019年整体市场份额约为5%，单机构营收规模为5000万元至10亿元，每年参培人次在5000人至10万人之间，主要依托区域差异性竞争优势，深耕地方市场或细分市场。

- **中型校外培训机构。**我国中型校外培训机构约有9000-1.8万家，2019年整体市场份额约为20%，单机构营收规模为1000万元至5000万元，每年参培人次在1000人至5000人之间，围绕特定学科、特定人群展开教学活动，在教研深度、客户关系、本地化等方面打造竞争优势。



扫码预购完整版报告

- **小型校外培训机构。**我国小型校外培训机构约有10-20万家，2019年整体市场份额约为30%，单机构营收规模在300万元至1000万元之间，每年参培人次在300人至1000人之间，围绕学校或社区分布，办学门槛正在逐步提升。

- **微型校外培训机构。**我国微型校外培训机构约有35-70万家，2019年整体市场份额约为40%，单机构营收规模小于300万元，每年参培人次在300人以内，基于一定的教学资源和生源优势获得生存空间，满足学生差异性、便利性的学习需求。

	巨型机构	大型机构	中型机构	小型机构	微型机构
营收规模/元	>10亿	5,000万-10亿	1,000万-5,000万	300万-1,000万	<300万
参培人次/年	>10万	5,000-10万	1,000-5,000	300-1,000	<300
机构数/家	15-25	300-600	9,000-18,000	10万-20万	35万-70万
整体市场份额/%					
代表机构	TAL好未来 新东方 卓越教育 PUXIN 昂立教育	思考乐教育 四季教育 龙门教育	略	略	略

资料来源：中国教育科学研究院 、 好未来集团、奥纬咨询编制；好未来、新东方、精锐教育、卓越教育、朴新教育、昂立教育、思考乐教育、四季教育、龙门教育公司年报

图 3—— 中国 K-12 教育培训行业市场主体

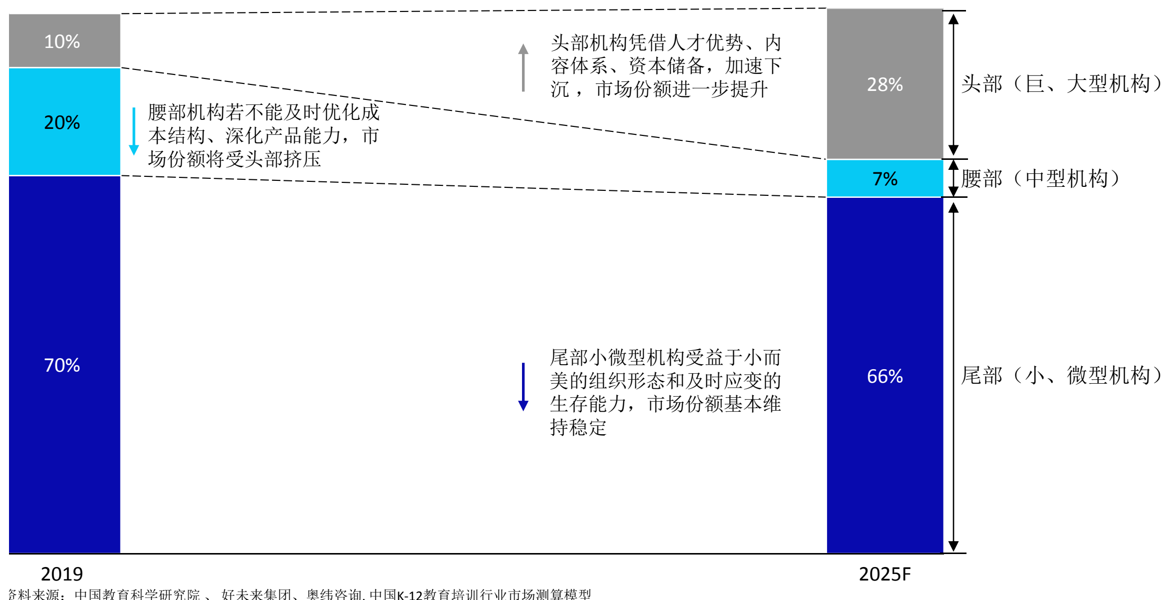




（二）教育To B市场需求端竞争格局

当前，我国 K-12 教育培训行业呈现出“金字塔型”的竞争格局。长期来看，头部的巨型和大型校外培训机构将凭借其优质的人才体系、全面的产品矩阵和雄厚的资本储备，加快在下沉市场的扩张速度；腰部的中型机构若不能及时完善管理体系、深化产品能力、优化成本结构，其市场份额将被不断挤压；尾部小微型机构受益于小而美的组织形态和旺盛的新生活力，市场份额将基本维持稳定。整体而言，我国 K-12 教育培训行业将出现整合与淘汰，集中度将趋于上升，头部占有率进一步提高，整体竞争格局将由“金字塔型”向“哑铃型”转变。

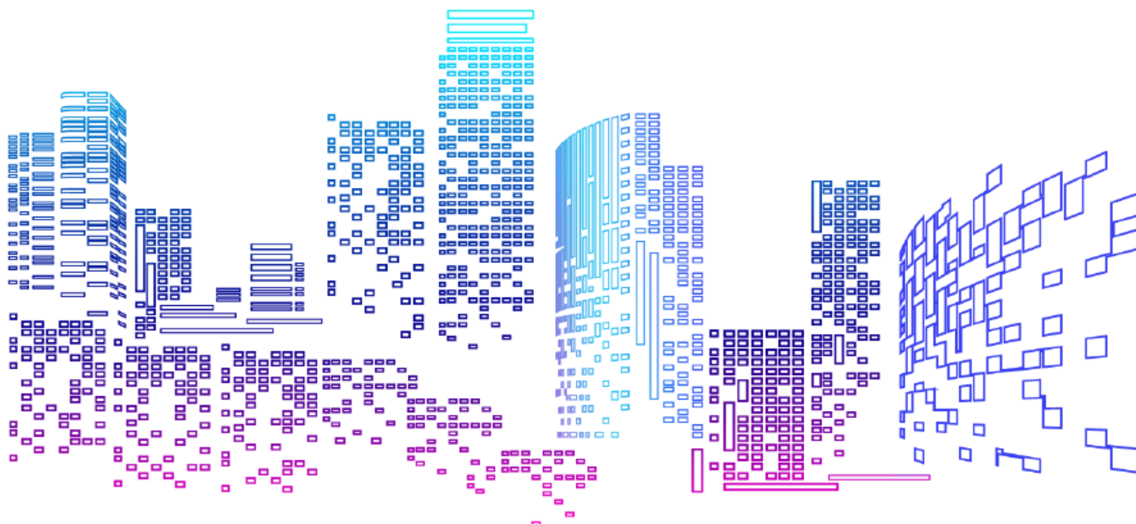




资料来源：中国教育科学研究院 、 好未来集团、奥纬咨询. 中国K-12教育培训行业市场测算模型

图 4—— 中国 K-12 教育培训 To B 行业需求端格局变化


扫码预购完整版报告



（三）教育To B市场需求端发展瓶颈

基于奥纬咨询 K-12 校外培训机构问卷调研结果，我国大型、中型、小微型校外培训机构在招生、教学、教务、管理四个场景均存在普适性和特殊性的发展痛点。

核心痛点场景

	招生引流		教学授课		运营管理：教务		运营管理：管理	
大型机构	**普适性痛点：**机构品牌力不足；课程供给能力不足，影响招生空间	**大型、中型机构痛点：**体验课转化率有待提升	**普适性痛点：**缺乏优质教材教辅资源；助教老师缺乏体系化培训	**大型、中型机构痛点：**缺乏优质课程资源	**普适性痛点：**排课效率与备课效率低	**大型机构痛点：**学生续费不达预期	**普适性痛点：**助教老师招募难	**大型机构痛点：**员工培训不足且缺乏统一解决方案
中型机构						**中型、小微型机构痛点：**师生课后沟通不到位		**中型、小微型机构痛点：**部门间协作效率低且主讲老师招募难
小微型机构		**小微型机构痛点：**引流渠道有限		**小微型机构痛点：**主讲老师尚未适应线上授课				

资料来源：奥纬咨询K-12校外培训机构问卷，中国教育科学研究院 、好未来集团、奥纬咨询分析

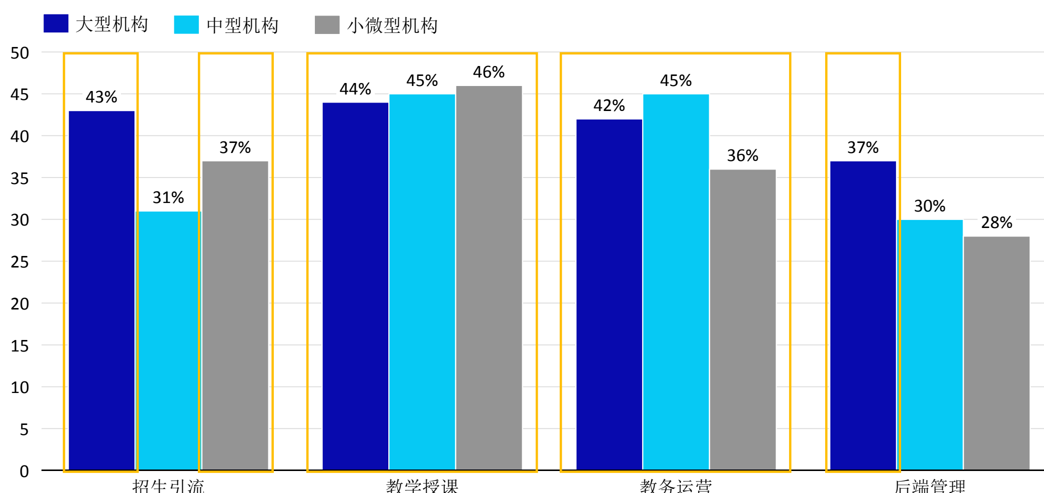
图 5—— 中国 K-12 校外培训机构核心痛点梳理



扫码预购完整版报告

整体而言，我国大型、中型、小微型 K-12 校外培训机构经营过程中的痛点主要集中在招生引流、教学授课和教务场景，不同营业收入规模的校外培训机构的核心痛点场景有所差异：

- 大型机构的校区规模大、学生数量多、区域竞争激烈，核心痛点主要集中在招生引流、教学授课和管理场景。
- 中型机构的优质教学资源不足、内部制度管理缺位，核心痛点主要集中在教学授课和教务场景。
- 小微型机构的招生渠道有限、教研能力弱，核心痛点主要集中在招生引流和教学授课场景。



备注：
1.表示X%的校外培训机构认为其经常及以上频率面临这一痛点
2.问卷原题：疫情发生前，在学生引流与招生/课前准备/实际授课/课后运营/后台管理工作中，您所在机构是否常遇到困难？（选项为一直、经常、不确定、很少、从不、不适用）
资料来源：奥纬咨询K-12校外培训机构问卷，中国教育科学研究院 、好未来集团、奥纬咨询分析

图 6—— 中国 K-12 校外培训机构核心痛点场景



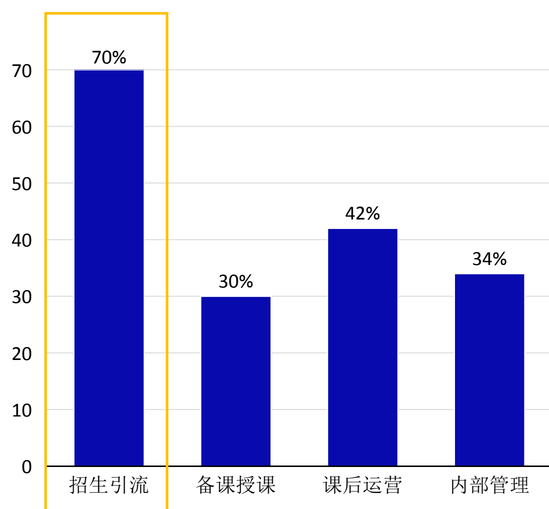


扫码预购完整版报告

（四）新冠肺炎疫情影响

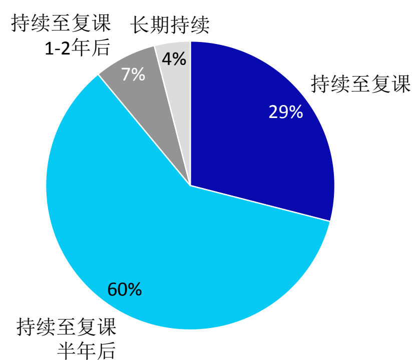
新冠肺炎疫情致使行业核心痛点场景从教学授课转为招生引流。奥纬咨询 K-12 校外培训机构问卷调研显示，超七成的校外培训机构在招生引流环节受到严重负面冲击。疫情期间，线下获客渠道受阻、常规客流量骤减，外加缺乏线上获客经验等原因，超七成校外培训机构在招生环节受到极大影响。从疫情影响的持久度来看，超六成校外培训机构认为这一负面影响将持续至 2020 年底。

单位：%[1]，N=365



备注：
1.表示X%的校外培训机构认为其在这一场景受到中度及以上负面影响
2.问卷原题： 疫情下，学校各项工作是否受到影响？（选项为危及学校经营、中度负面影响、轻度负面影响、没有影响、有正面影响）
资料来源：奥纬咨询K-12校外培训机构问卷，中国教育科学研究院 、好未来集团、奥纬咨询分析

单位：%[1]，N=365



备注：
1.表示X%的校外培训机构认为其在这一场景上受到相应时间跨度上的影响
2.问卷原题： 您认为以上影响会持续多久？
资料来源：奥纬咨询K-12校外培训机构问卷，中国教育科学研究院 、好未来集团、奥纬咨询分析

图 7—— 新冠肺炎疫情对各场景影响程度 & 对招生引流影响持久性

三、中国 K-12 教育培训 To B 市场供给端发展概况

经测算，2019 年中国 K-12 教育培训 To B 市场规模接近 270 亿元，市场整体呈现内部融合和外部跨界两大演变趋势。未来随着教育 To B 供给端进一步发展，其将更好赋能校外培训机构、助力机构提升办学质量，为我国教育培训行业的整体发展提供动力和加速器。



扫码预购完整版报告

（一）教育To B 市场供给端生态全景

整体而言，针对校外培训机构在发展过程中遇到的各类瓶颈，上游市场逐渐分化出了以工具、内容、平台、硬件以及智能技术为主要形态的五类解决方案，覆盖从前端招生引流到中端教学运营管理再到后端场地租赁的全场景需求。

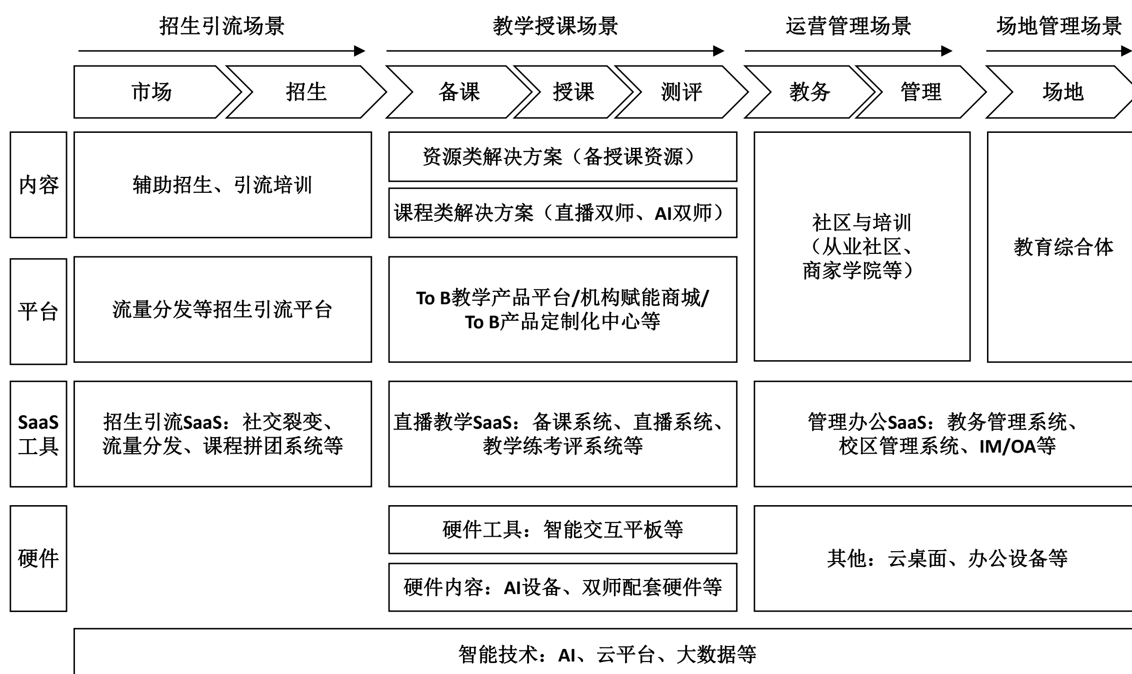


图 8—— To B 供给端生态矩阵



扫码预购完整版报告

从行业饱和度和竞争阶段两个维度分析，To B 供给端各细分市场的发展阶段及特征分别表现为:

① **同质化竞争阶段：**硬件设备以及管理办公SaaS细分市场由于发展时间较长且需求相对标准，当前行业饱和度高且市场渗透率高。典型特征为头部服务商依靠先发优势和技术优势占据稳定市场份额，产品同质化严重。

② **差异化竞争阶段：**教育综合体、直播教学SaaS以及招生引流SaaS三类细分市场的饱和度较高且市场渗透率较高。参与者依靠差异化产品或服务抢占份额，市场向头部服务商进一步集中。

③ **跑马圈地阶段：**资源类解决方案、课程类解决方案和社区与培训三类细分市场仍处于跑马圈地阶段，其饱和度较低且市场渗透率较低。典型特征为商业模式尚未完全跑通，产品形态差异较大，各服务商市占率低且头部服务商正在形成。

④ **赛道形成阶段：**智能技术细分市场相对早期，饱和度低且市场渗透率极低。技术应用尚未成熟，普遍处于产品化探索进程中，早期融资数量较多。

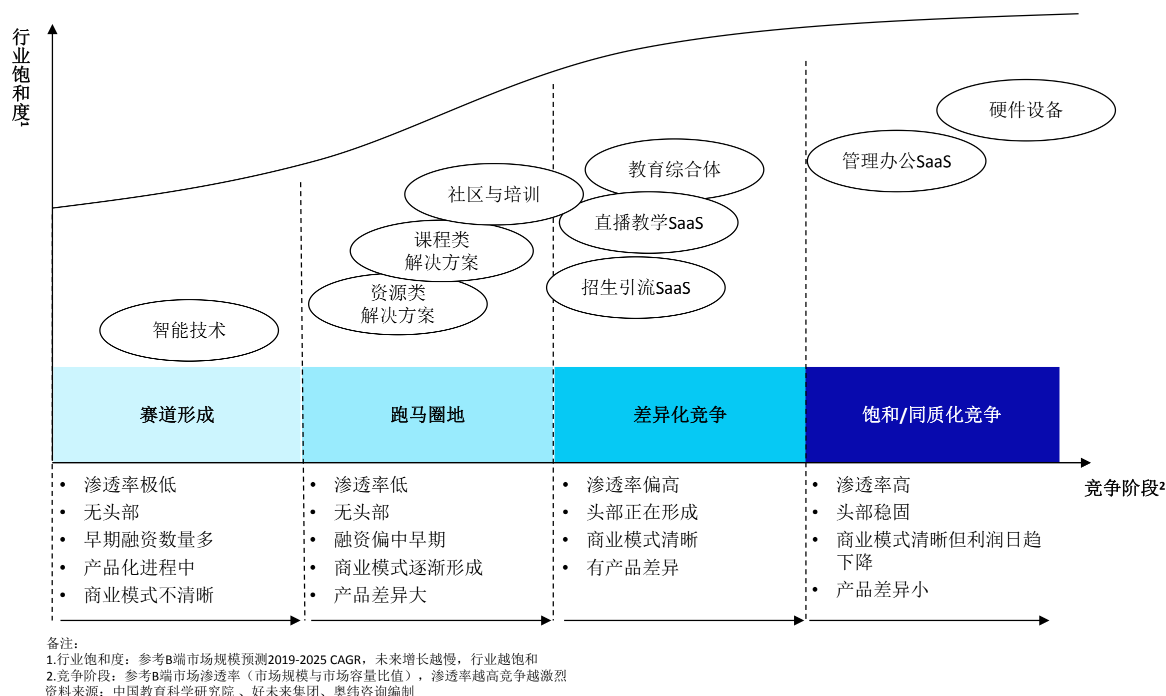


图 9—— To B 供给端各细分市场发展阶段分析


扫码预购完整版报告



（二）教育To B 供给端五大细分市场

基于 To B 市场的热度，我们划分出五大细分市场：

- **工具市场：**通过数字化、信息化手段为K-12校外培训机构降本增效，包含从前端招生引流到后端管理办公的全套SaaS工具市场，以及硬件工具市场。
- **内容市场：**为K-12校外培训机构解决优质内容资源和老师资源的供给问题，包含底层教研教学素材、教材以及直播双师、AI双师等内容解决方案市场。
- **综合体市场：**满足近百万K-12校外培训机构的场地升级需求，在规定集聚区域内，打造以教育为主题，附加文化、休闲、娱乐等业态的一站式学习平台。
- **社区与培训市场：**提供垂直行业社区、媒体以及从业人员培训服务，包括线下社区、线上社区、教育信息媒体、教育综合类四类典型服务商。
- **智能技术市场：**基于5G、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术，为K-12校外培训机构提供全场景智能化解决方案，解决K-12校外培训机构经营过程中的教学效果、管理效率、运营成本和用户服务粘性等痛点。


扫码预购完整版报告

根据奥纬咨询测算，2019 年 K-12 教育培训 To B 市场规模[1]接近 270 亿元，其中综合体市场占52%，主要来源为场地租金收入。其他细分市场中，工具市场约占 31%，内容市场约占 15%，社区与培训市场约占 2%。

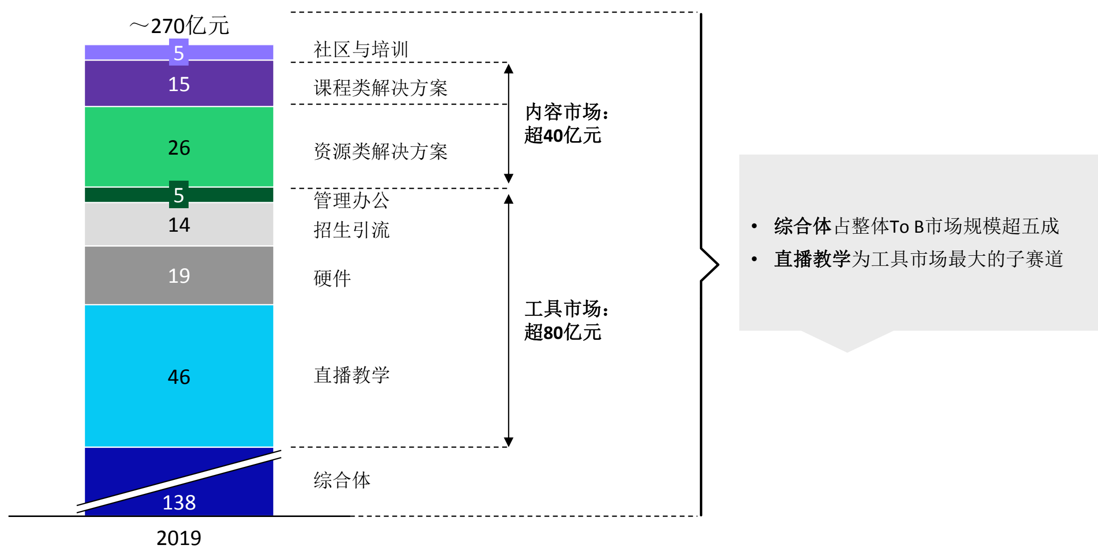


图 10—— 教育培训 To B 行业市场规模

1 此处 K-12 教育培训 To B 市场规模主要指综合体、工具、内容、社区与培训四个细分市场的市场规模


扫码预购完整版报告

（三）教育To B 供给端 五大细分市场演变趋势

1. 内部融合趋势：五大细分市场以各自为原点，进行横向一体化打通全场景，纵向一体化集合多种产品形态，整体平台化趋势明显。

- **工具市场：** SaaS工具横向呈现直播教学SaaS向前端招生引流和后端管理办公SaaS延伸趋势，纵向呈现以大工具底层供应链为基础向工具平台、内容市场融合趋势。硬件工具呈现向软件产品过渡、提供软硬一体化服务的趋势。
- **内容市场：** 横向呈现以教学内容为核心，扩充招生引流内容、管理培训等增值服务的趋势，纵向呈现向教学产品平台、工具市场融合的趋势。
- **社区与培训以及综合体市场：** 呈现横向打造教育赋能商城、纵向提供管理增值服务的趋势。
- **智能技术市场：** 与教学场景结合逐渐深入，从SaaS解决方案中逐渐独立，为客户定制开发解决方案能力日益增强。


扫码预购完整版报告

2. 外部跨界趋势：四类典型服务商带着各自的竞争优势，当前正从不同方向跑步入场。

- **互联网类服务商：**依托自身C端流量优势和技术优势，从工具市场切入，并逐步搭建工具产品平台。
- **教育综合类服务商：**依托自身对校外培训市场的认知和教研教学实力，从内容市场切入。
- **基础设施类服务商：**依托自身较强高科技实力，从硬件和智能技术市场切入。
- **其他跨界服务商：**依托自身其他行业领先的管理、培训经验和房地产资源，从社区与培训以及教育综合体市场切入。

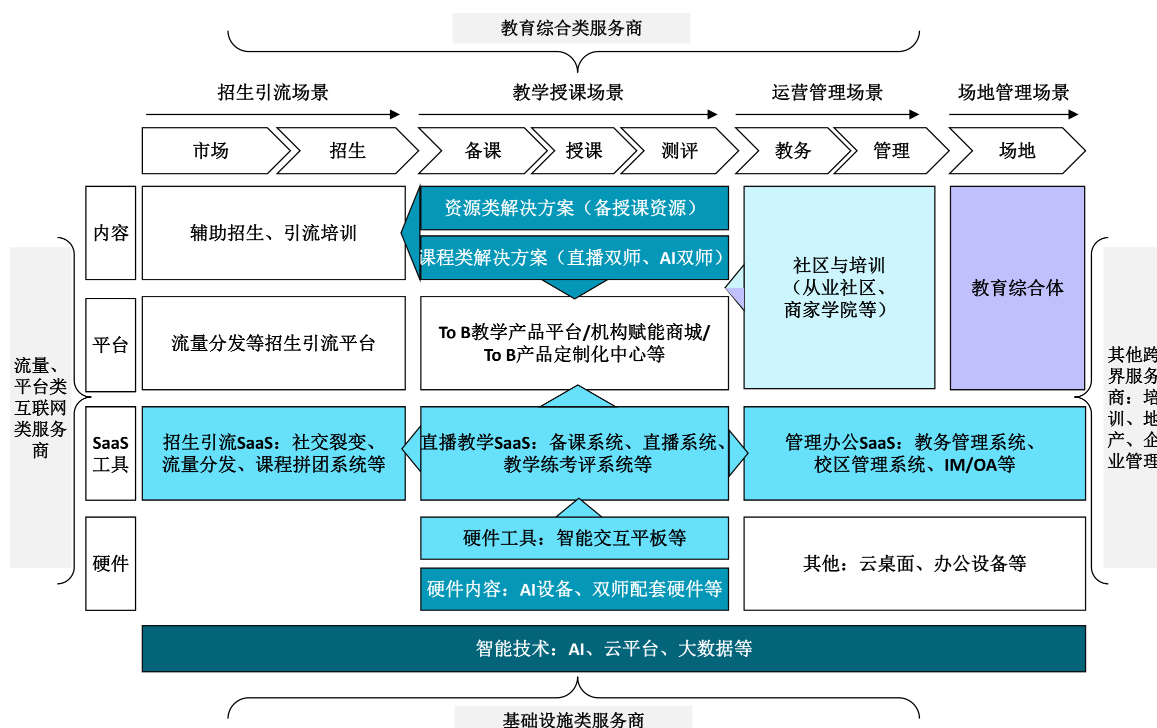


图 11—— 五大细分市场趋势演变



（四）教育To B 工具市场

教育 To B 工具市场包含从前端招生引流到后端管理办公的全套 SaaS 工具以及底层硬件。

1. 发展历程

整体来看，教育 SaaS 工具市场先后经历了 2015 年及以前的单场景服务阶段、2015-2019 年的多场景服务阶段进入到教育 SaaS 生态化阶段。在新冠肺炎疫情的影响下，互联网巨头跨界进入教育 SaaS 工具市场，通过自研或合作，逐步构建覆盖课前、课中、课后等众多场景的教育生态圈，生态圈网络效应逐渐显现。

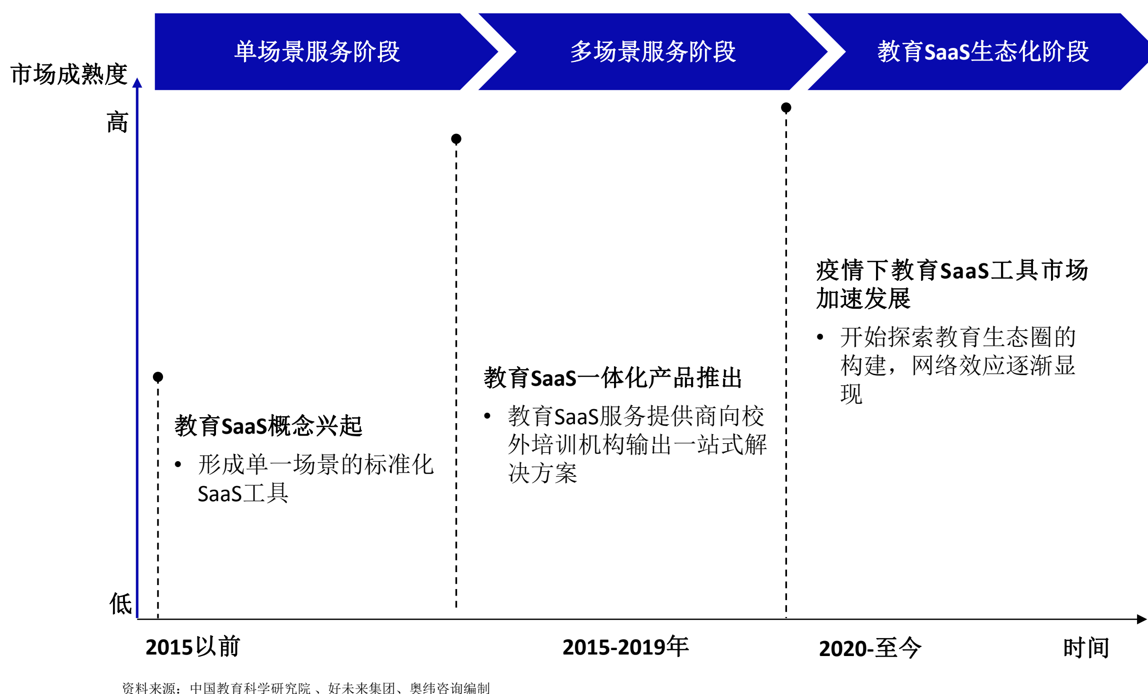


图 12—— 教育 To B 工具市场发展历程

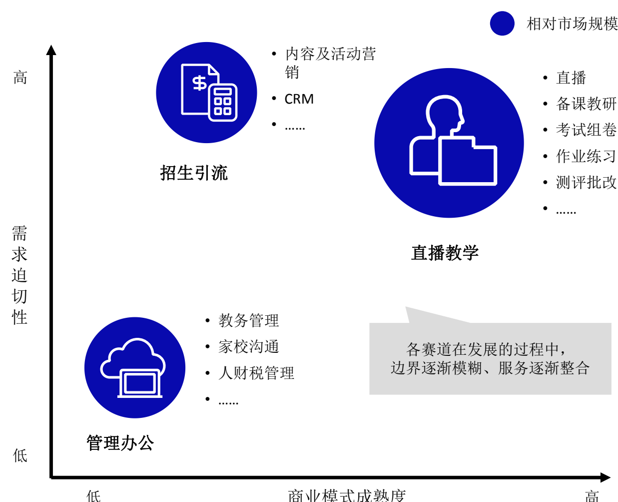


扫码预购完整版报告

2. 市场现状

当前教育 To B 工具市场按照提供服务涉及的环节为可划分为招生引流、直播教学、办公管理、底层硬件[2]四大细分市场。

软件：针对招生引流、直播教学、管理办公3大场景进行延伸和整合



资料来源：中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询编制

硬件：技术不断与场景结合

示例：从黑板的迭代看硬件发展趋势

过去

• 早年：黑板
• 10年前：投影仪
• 5年前：电子白板
• 现在：交互智能平板
• 未来：
  – 5G高速高清技术应用
  – 全息投影、虚拟现实
  – 智能物联网
  – ...

未来

• 结合教育内容，场景更加落地
• 强化师生交互
• 强化设备感知力

图 13—— 教育 To B 工具市场产品梳理



2 此处的硬件市场不包括服务教育培训市场的双师直录播硬件设备

- **市场规模：**根据奥纬咨询测算，2019年教育To B工具市场规模约80亿元，其中直播教学是最大细分市场，占据近一半左右规模；整体市场渗透率较低，仅有13%。据测算，未来6年教育To B工具市场年均复合增长率超过30%，到2025年整体市场规模将达到约600亿元，市场渗透率攀升至37%。

- **四类典型服务商：**分别为以腾讯、阿里、字节跳动为代表的互联网类服务商；以小鹅通、校宝在线、ClassIn为代表的教育SaaS类服务商；以好未来为代表的教育综合类服务商；以视源股份和鸿合科技为代表的智能硬件服务商。

- **四类典型商业模式：**从收费模式维度可划分为订阅制收费模式、计价收费模式、免费+增值收费模式和硬件收费模式。

- **三大核心竞争要素[3]：**一是技术稳定性，互联网类服务商凭借底层技术实力在该方面处于优势地位；二是场景化能力，教育SaaS类服务商和教育综合类服务商聚焦垂直市场，教育场景理解深入；三是流量资源，互联网类服务商以免费模式进入教育SaaS市场，在短时间内吸引大量用户，初步形成B端流量池。



图 14—— 教育 To B 工具市场梳理

3 知鸟研究：《疫情下的教培产业链，一半海水一半火焰》，2020 年 2 月 28 日，https://mp.weixin.qq.com/s/TD9peNy_51QP_MFOWWgRMg



市场竞争格局：整体而言，教育To B工具市场当前处于差异化竞争阶段，市场渗透率达13%，产品类型趋向同质化。在产品形态上，目前教育To B工具市场头部服务商均覆盖了招生引流、直播教学、管理办公三大场景，形态相似。在服务规模上，互联网类服务商（钉钉、腾讯课堂）通过此次疫情快速渗透到直播教学细分市场，服务规模相对领先，整体呈现梯队分层格局。

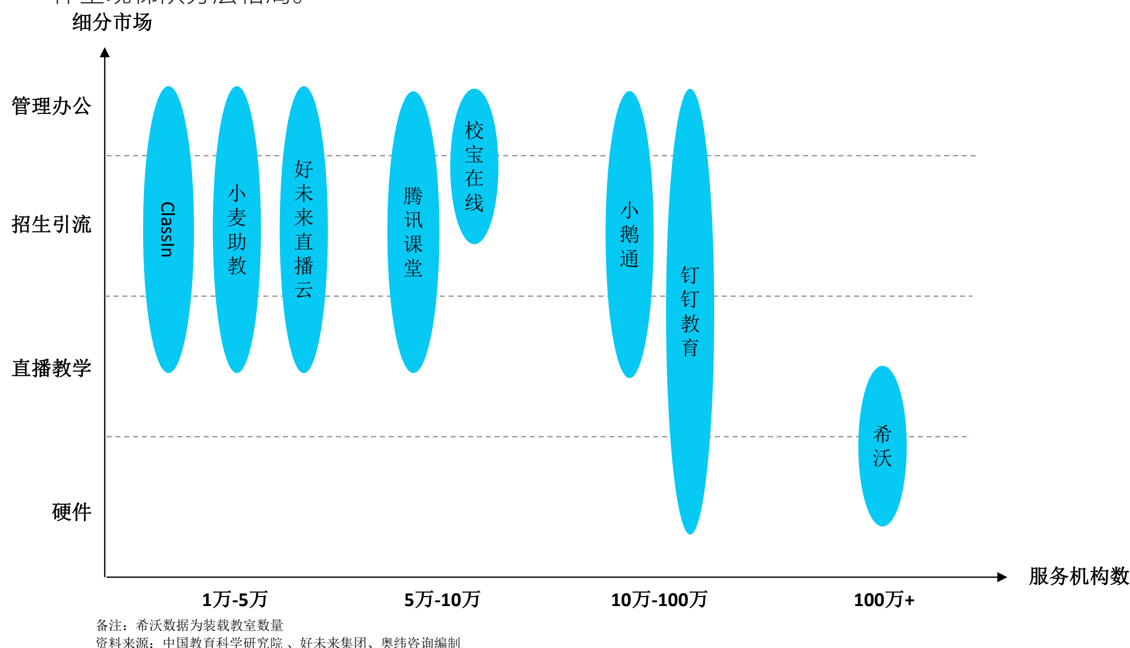


图 15—— 教育 To B 工具市场头部服务商竞争格局 [4]

4 资料来源：小麦助教公司官网、ClassIn 公司官网、希沃公司官网、校宝公司官网、好未来公司官网
IT168：《一年节省超 9 万 钉钉推新功能帮助教培机构开源节流》，2020 年 3 月 31 日，http://m.it168.com/article_6166173.html
智慧家长：《小鹅通宣布获好未来教育集团领投 1 亿元 B 轮战略投资，加码互联网教育生态服务》，2019 年 12 月 23 日，http://www.jiazhangw.com/index.php/Home/Edunews/details/id/1634.html；
搜狐教育：《腾讯课堂入驻机构总数已超过 7.2 万，TOP100 机构年营收增长率 62%》，2020 年 1 月 13 日，https://www.sohu.com/a/366477818_105067



扫码预购完整版报告

3. 发展趋势

- **教育SaaS工具各细分市场热度排序将发生转变：** 疫情将加快市场向头部机构集中，中小微机构招生获客痛点将越发突显，致使招生引流细分市场热度将持续上升至首位，直播教学细分市场热度次之，管理办公细分市场热度相对较弱。

- **强马太效应下的梯队分层格局将进一步明确[5]：** 占据流量和稳定性优势的互联网类服务商将逐步发展为平台模式，市场占有率将进一步攀升。占据差异化场景能力的教育综合类服务商和教育SaaS类服务商通过精确划分客群，构建细分市场壁垒，维持自身市场份额。其余服务商将主打高性价比模式，满足价格敏感度高的小微型机构需求。

- **教育工具的基石地位将愈发凸显：** 未来教育工具会伴随基础设施的下沉革命，成为校外培训机构的标配产品，在教育产业互联网浪潮中扮演基石地位，在实现大规模个性化学习中发挥重要作用。

4. 典型案例：更懂教育场景的教育To B工具服务商——好未来直播云

据本次校外培训机构问卷调研显示，我国 K-12 校外培训机构痛点主要集中在前端招生引流、中端直播教学和后端管理办公。招生引流方面，获客成本高、成效低等问题长期困扰机构。直播教学方面，音画不同步、画质模糊，极大影响在线教学效果。管理办公方面，过去机构多以人工进行管理办公，低效、易出错，占用老师大量时间。

教育 To B 工具服务商从多个维度解决上述痛点。招生引流方面，服务商通过开发多元营销组合，如裂变海报、优惠券等提升机构获客效果；直播教学方面，服务商根据场景需求开发不同组块，实现线下场景线上化，如在互动环节提供连麦、互动答题功能，模拟线下提问场景；管理办公方面，服务商通过提供家校沟通、智能排课等软件有效解决机构在教务管理中面临的实际问题。

好未来开放平台旗下直播云产品功能完备，以直播教学为主，兼具招生引流、学校管理等专业板块。直播教学方面，直播云在线课堂覆盖大班、小班、1v1 等各类教学场景，课堂内教具种类丰富，能够有效激发学生兴趣，提升学习专注度。招生引流方面，直播云为更好赋能 K-12 校外培训机构，提供了专业的营销工具组合及精准客户画像等解决方案，借助多类型招生引流工具，支持一键装修网校、海报推广、课程拼团等多种玩法，促进私域流量转化。学校管理方面，直播云为机构校长提供了一站式解决方案，包括排课、考勤、运营、课后互动、续费、教务等各个环节。疫情期间，好未来推出“避风港”计划，向全行业开放其线上化工具。根据官方数据显示，直播云已累计覆盖超 4 万家培训机构，累计在线授课时长达数千万小时。

5 知鸟研究：《疫情下的教培产业链，一半海水一半火焰》，2020 年 2 月 28 日，https://mp.weixin.qq.com/s/TD9peNy_51QP_MFOWWgRMg



（五）教育To B 内容市场

教育 To B 内容市场是指为解决校外培训机构教研教学能力不足等痛点而形成的以“资源类解决方案”和“课程类解决方案”为主要服务形态的细分市场。其中，“资源类解决方案”主要包括学生用教辅教材、知识点讲解视频、智能题库以及老师用备课资源包等产品形态；“课程类解决方案”主要包括直播双师课堂、AI 课堂、直播外教课、录播视频课堂等产品形态。

1. 发展历程

整体来看，教育 To B 内容市场先后经历了以“资源线上化”为主要特征的萌芽阶段，以“服务一体化”为主要特征的探索阶段，并将于下一个十年进入以“教学智能化”为主要特征的高速发展阶段。

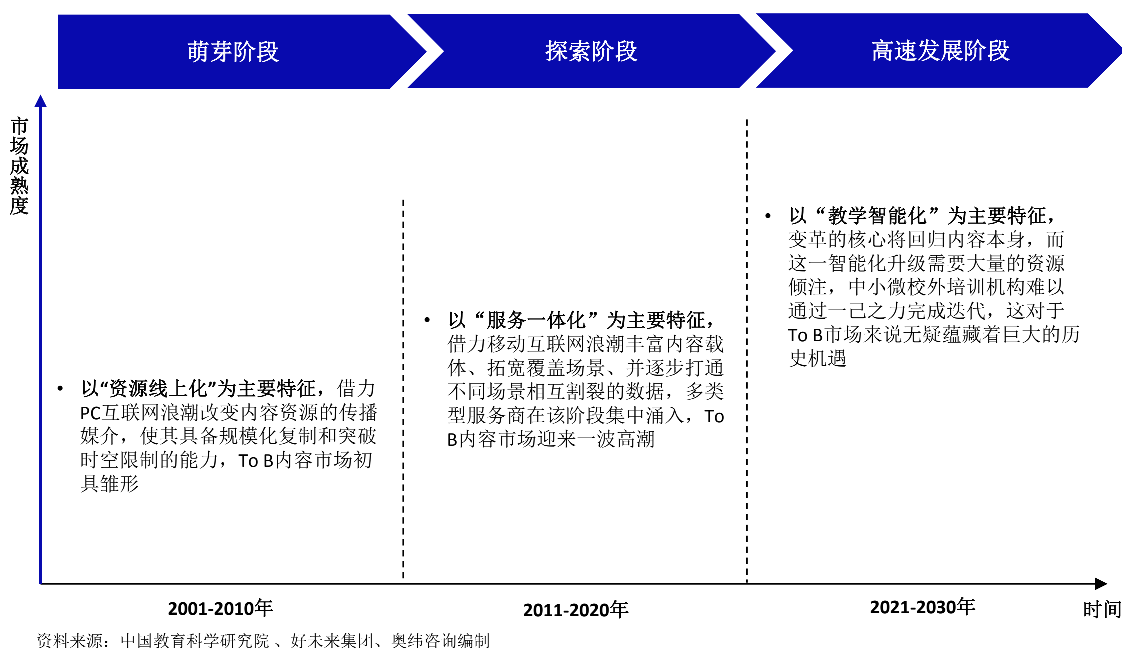
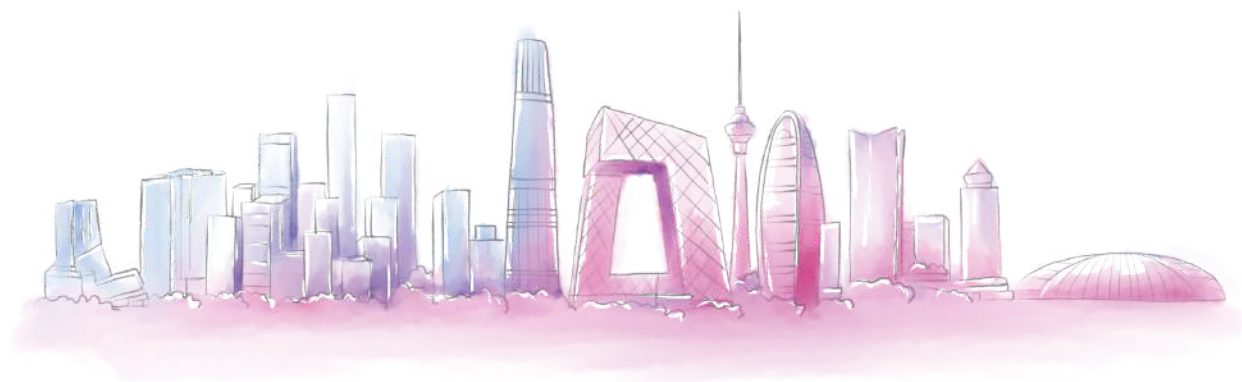


图 16—— 教育 To B 内容市场发展历程




扫码预购完整版报告

2. 市场现状

- **市场规模：**根据奥纬咨询测算，整体而言，To B内容市场潜在市场容量可达986亿，2019年市场规模约41亿，当前渗透率仅4%；具体来看，可将To B内容市场拆分为资源类解决方案和课程类解决方案两大细分市场，预计潜在市场容量分别可达538亿和447亿，2019年市场规模分别为26亿和15亿，当前渗透率分别仅为5%和3%。

- **四类典型服务商：**主要包括以学科网、菁优网为代表的资源库类服务；以飞博教育、外教易为代表的外教服务类服务商和以爱乐奇为代表的素质类英语数字化教材服务商；以腾跃校长在线为代表的校长社区类服务商；以好未来（旗下“未来魔法校”）为代表的教育综合类服务商。

- **三类典型商业模式：**主要表现为资源类解决方案、课程类解决方案和定制化解决方案三种。其收费模式主要有学生用纸质教辅教材费、学生课时费、老师用线上资源账号费、配套线下教室硬件设备费、配套师训服务费以及定制化费用等。

- **两大核心竞争要素：**教研实力和科技实力。前者表现为To B内容服务商将教学理念和教学经验等结构化、产品化能力。后者表现为To B内容服务商基于科技实力，驱动其产品形态和教学模式的不断创新的能力。

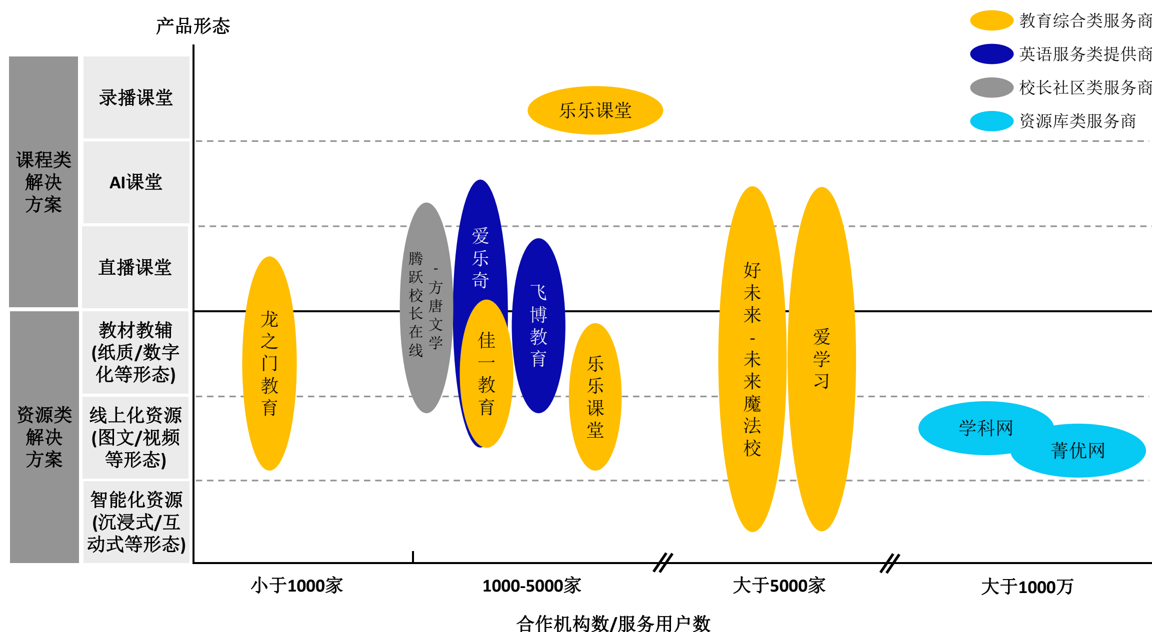


图 17—— 教育 To B 内容市场梳理



扫码预购完整版报告

市场竞争格局：整体而言，教育To B内容市场当前仍处于相对早期的跑马圈地阶段，当前教育To B内容市场渗透率仅为4%；绝大多数服务商采取多产品布局策略且产品形态差异较大；多数服务商仍处在规模化早期，尚未完全跑通商业模式。其中，未来魔法校和爱学习处于领先梯队，合作机构数均在5000家以上。



备注：
1.图中各服务商合作机构数主要指合作的校外培训机构数；其中，学科网和菁优网的业务数据为服务用户数，其余服务商的业务数据均为服务机构数
2.图中未包含全部To B内容服务商，仅列示部分代表服务商
3. 图中的六大产品形态释义见“附录 名词解释”

资料来源：中国教育科学研究院 、好未来集团、奥纬咨询编制

图 18—— 教育 To B 内容市场竞争格局 [6]



6 资料来源：龙之门（酷蒙课堂官网）、爱乐奇、佳一教育、飞博教育、爱学习、学科网、菁优网公司官网，腾跃校长在线（方唐文学）、乐乐课堂、未来魔法校、龙之门（龙之门大语文）官方微信公众号



扫码预购完整版报告

3. 发展趋势

- **产品形态智能化：**“视频化+智能化”将成为资源类解决方案的主流产品形态，AI课将逐渐取代直播课成为课程类解决方案的主流产品形态。

- **市场集中度将进一步提升：**教育To B内容市场的资金壁垒和数据壁垒将会逐渐凸显，最终高壁垒造就高集中度。

4. 典型案例：覆盖教学全场景的综合性To B内容平台——未来魔法校

教研教学能力始终是大多数校外培训机构长期存在的痛点。一方面，由于教研投入大、周期长、人才要求高，大部分中小微机构缺乏教研能力来研发高质量且体系化的内容资源，往往以同质化的教辅材料作为教学内容，导致教学质量高度依赖老师个人经验；另一方面，由于优质师资供给的稀缺和分布不均衡，广大下沉市场中的中小微机构很难保障稳定的师资供给。

2018 年，好未来正式发布旗下 To B 品牌“未来魔法校”，依托自身十余年教学积累、先进的教育理念，为 K-12 校外培训机构提供覆盖“课前课中课后”全场景的教研教学解决方案。当前，未来魔法校的教研教学解决方案主要包括“未来好课”等资源类解决方案以及“双师课堂”、“AI课堂”等课程类解决方案。此外，为满足部分机构个性化需求，未来魔法校在标准化解决方案的基础上推出定制化服务，解决机构品牌升级、内容差异化等一站式定制化需求。

自成立以来，未来魔法校始终致力于通过开放和下沉赋能行业，输出覆盖线上线下全场景、贯穿教学全周期的产品及解决方案，助力教育培训行业规范化、智能化升级。截至 2019 年 12 月，未来魔法校已覆盖全国 260 个城市及地区，服务超过 4500 家合作机构[7]。

7 资料来源：好未来教育开放平台官方微信公众号



扫码预购完整版报告

（六）教育To B 综合体市场

教育综合体指在规定集聚区域内，以教育为主题，以文化、休闲和娱乐等业态为配套的一站式学习平台。教育综合体旨在满足家庭对于多元化、个性化和便利化的教育需求，同时在招生引流、运营管理和场地服务等环节为校外培训机构赋能。



1. 发展历程

教育综合体细分市场的兴起源于学生和家庭个性化和便利性的学习需求以及校外培训机构提高运营效率、共享流量资源的诉求。整体来看，教育综合体先后经历了 2015-2016 年的起步探索阶段、2017-2018 年的高速发展阶段和 2019 年至今的资源整合阶段。

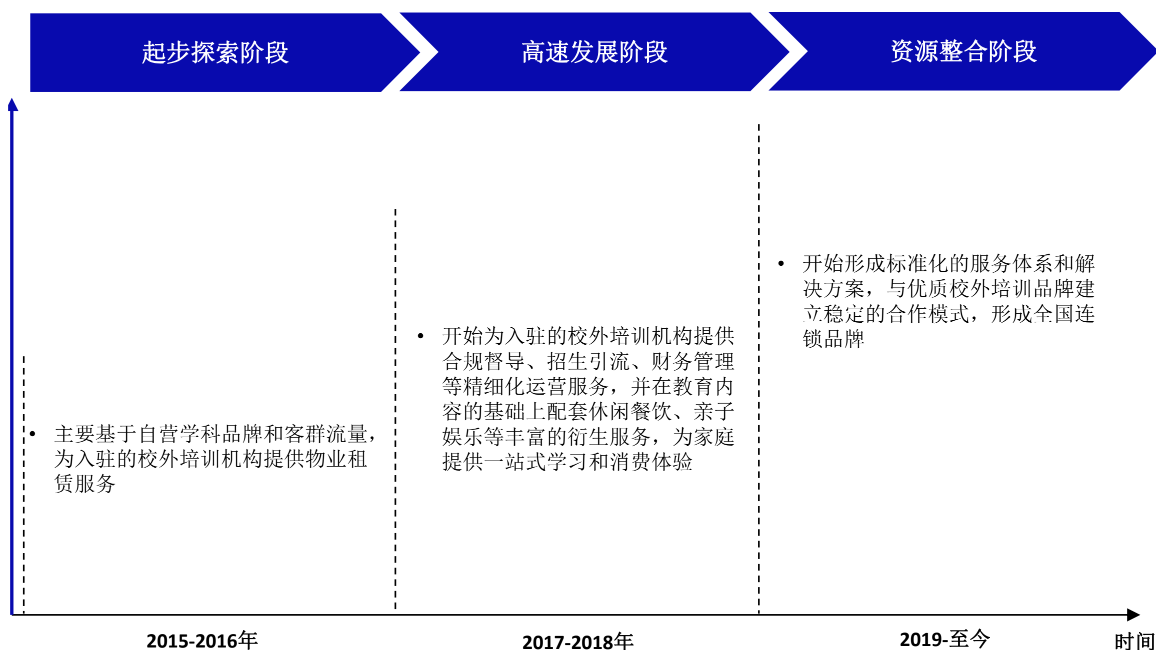


图 19—— 教育 To B 综合体市场发展历程



扫码预购完整版报告

2. 市场现状

- **市场规模：**据奥纬咨询测算，2019年综合体市场规模约140亿元，线下校外培训机构场地市场容量约770亿元，综合体市场渗透率约18%。随着教育综合体运营服务能力的提升、增值消费空间的不断拓展及对线上机构线下化需求的承接，预计2025年综合体市场规模将达350亿元，市场渗透率达30%。

- **三类典型服务商类型：**主要包括以新东方百学汇和乐雅方舟为代表的校外培训机构主导型服务商；以同学都荟和育想家为代表的第三方赋能平台主导型服务商；以青苗荟和芝士公园为代表的地产商主导型服务商。

- **三类典型商业模式：**依据经营方式主要划分为基于自有品牌在场地内向学生和家庭提供自营教学课程及配套衍生服务的自营模式、采用占股或合作运营的方式引入校外培训机构品牌的联营模式和采用租赁模式引入校外培训机构品牌的租赁模式三种。

- **三大核心竞争要素：**基于选址拿地能力，提高人群辐射能力，减轻商户租金压力，获得生存空间；基于运营服务能力，提高与入驻机构的亲密度，实现集约化管理，整体保持持续盈利；基于业态开发能力，高效集成优质教育资源，与优质的教育品牌形成长期稳定的合作，实现跨区域的规模扩张。

市场规模

① 市场规模

	市场规模	市场容量	市场渗透率
2019	140亿元	770亿元	18%
2025E	350亿元	1180亿元	30%

典型服务商类型

① 校外培训机构主导型

基于自身教育品牌以及教研资源，在教育综合体内引入中小型校外培训机构作为差异化补充，以延长学生和家长的驻留时间

百学汇 MEGAWAY
核桃书院
乐雅方舟

② 第三方平台主导型

基于精细化商业运营能力，通过整合资源、统一结算、统一管理、统一规划成为独立的教育综合体品牌，以充分发挥机构间的协同效应

同学都荟 ELITE PLUS
育想家

③ 地产商主导型

基于自有地产资源和客群流量，在教育综合体内引入知名教育培训机构，以提升坪效、地产溢价和商业附加值

青苗荟 SPROUT UNION
BOBBYCITY
芝士公园 CHEESE PARK

典型商业模式

① 自营模式

基于自有或收购品牌在场地内向学生和家庭提供自营教学课程及配套衍生服务

② 联营模式

采用占股或合作运营的方式引入校外培训机构品牌

③ 租赁模式

采用租赁模式引入校外培训机构品牌

核心竞争要素

- 选址拿地能力
- 业态开发能力
- 运营服务能力

资料来源：中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询编制

图 20—— 教育 To B 综合体市场梳理



扫码预购完整版报告

市场竞争格局：整体而言，教育综合体市场目前处于差异化竞争阶段：据测算，教育综合体市场渗透率已达18%；校外培训机构主导型、第三方赋能平台主导型和地产商主导型综合体三类服务商基于各自的资源优势提供差异化的服务；细分市场中正在逐步形成头部企业，商业模式逐渐清晰。根据各教育综合体品牌官方公众号披露，教育综合体主要围绕社区及商圈分布，占地面积、业态层次和辐射能力基于地理位置的不同有所差异。校外培训机构主导型综合体教学内容主要来源于自营品牌课程，以入驻机构的差异化学科课程作为补充，面积主要在6000平米以内。第三方平台主导型综合体以平台服务为主，教学内容来源于入驻的校外培训机构，面积多介于6000平米至10000平米之间；地产商主导型综合体以地产运营为主，教学内容来源于收购的教育品牌或入驻的校外培训机构，部分综合体占地面积可达30000平米以上。

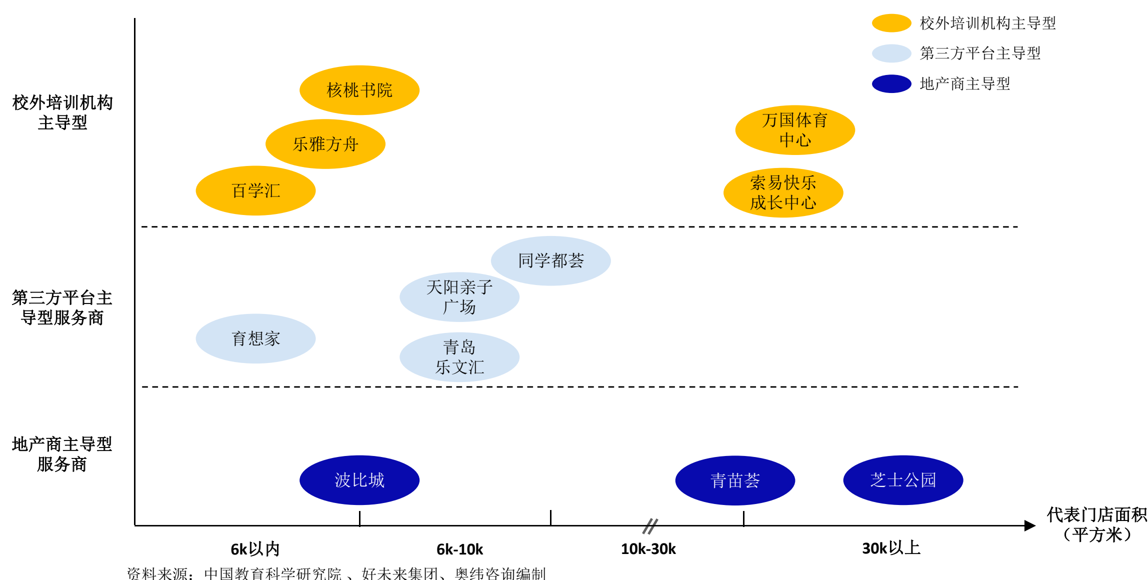


图 21—— 教育 To B 综合体市场竞争格局 [8]

8 资料来源：新东方百学汇、乐雅方舟、核桃书院、万国体育、索易快乐成长中心、同学都荟、天阳亲子、青岛乐文汇、育想家、芝士公园、青苗荟、波比城官方微信公众号


扫码预购完整版报告

3．发展趋势

- **自营、联营、租赁三种商业模式深度融合：**目前，自营、联营、租赁三种商业模式各具利弊，各类玩家在积极探索三类模式的融合，领先者将获得扩张先机，三种模式的合理搭配是提高跨区域复制能力和抗风险水平的必然趋势。

- **教育综合体单店的管理模式和业态开发流程将趋向标准化：**长期来看，随着运营经验的不断积累，标准化的单店管理模式和业态开发流程将逐步形成，助力教育综合体集聚优质教育资源，实现异地扩张。

- **行业洗牌加速多种形态并存：**作为地产和教育融合的载体，各种类型和规模的玩家依然将凭借本土化优势获得生存空间，未来这一细分市场中将呈现多种形态并存的竞争格局。

4．典型案例：联结社区、家庭与校外培训机构的运营中台——同学都荟教育综合体

对于万千家庭而言，丰富的校外体系课程为校内教育的有效补充，但位置分散的校外培训服务难以满足学生便利学习、家长互动参与以及家庭休闲娱乐的需求。对校外培训机构而言，往往难以在合规经营、招生引流和场地服务等方面进行精细化管理，不能兼顾家庭对于学习体验升级的诉求和政府对于规范经营的要求，使其面临发展的困境。

基于对家庭教育诉求和教育场地需求的理解，教育综合体应运而生。一方面，教育综合体通过集合优质教育资源，配套休闲、娱乐、餐饮等伴生业态，在一定的规划空间内为家庭提供多元化全方位的教育服务。另一方面，教育综合体在场地运营、招生引流和业态组合环节为校外培训机构提供专业的外部支持，提高流量利用效能，打造资源共享平台，发挥内部协同效应，满足政府合规运营的要求。

根据同学都荟公司官方公众号披露，同学都荟已成为全国领先的教育综合体品牌，在一线城市和广深地区已有 20 家以上线下分荟，运营总面积达 20 万平方米[9]。同学都荟对社区、教育和商业理解深刻，通过引入丰富的教育品牌，定期开展社区亲子活动，打造特色文化公益活动，为家庭提供一站式教学服务；通过在各分荟中统一规划、招商、运营和推广与入驻机构建立高度粘性，采用租赁和联营等合作模式实现协同发展，已成为可跨区域复制的教育综合体品牌。





（七）教育To B 社区与培训市场

教育 To B 社区与培训市场是指为解决校外培训机构普遍面临的员工培训不足、培训组织难、效果差等问题而形成的多类型培训与配套服务的市场，旨在满足不同类型不同发展阶段的校外培训机构对各类型培训的需求。

1. 发展历程

整体来看，社区与培训市场先后经历了 2012 年以前的线下发展阶段，2013-2017 年的线上发展阶段，以及 2018 年至今的线上扩张阶段。

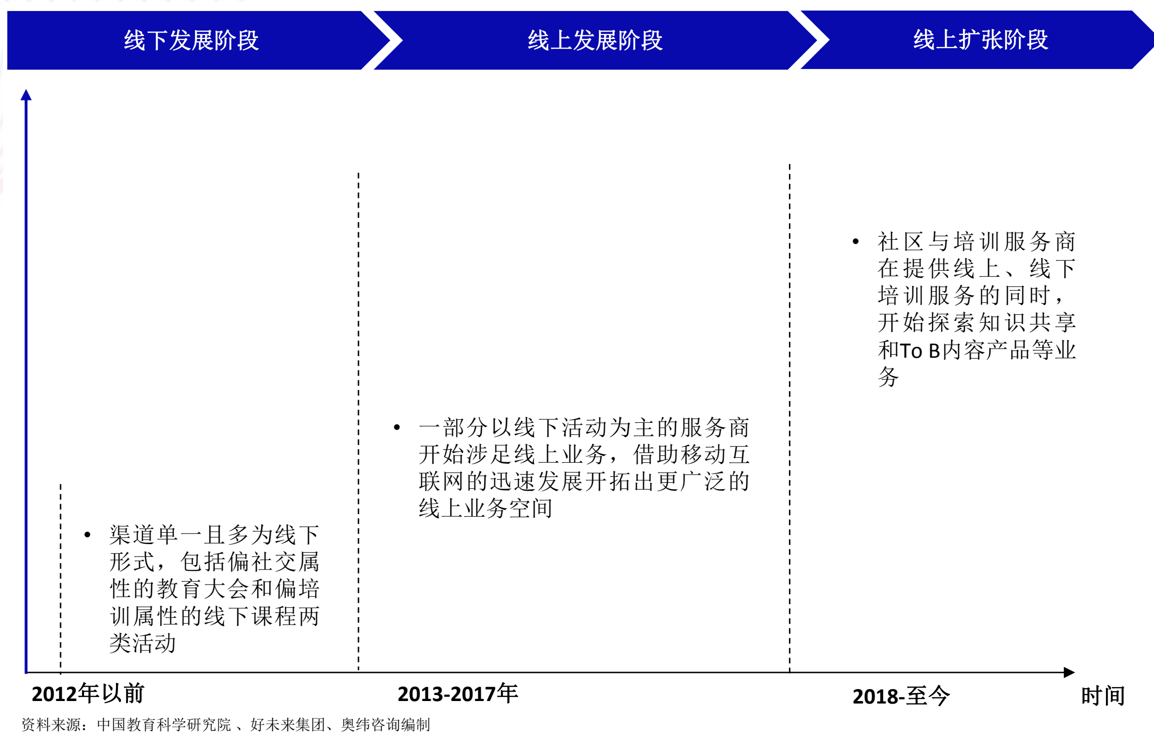


图 22—— 教育 To B 社区与培训市场发展历程



扫码预购完整版报告

2. 市场现状

- **市场规模：**根据奥纬咨询测算，2019年面向校外培训机构的培训市场容量约为161亿元，线上社区市场规模约为5亿元，市场渗透率为3%。未来，随着校外培训机构对线上培训方式的认可度提升，以及To B线上社区的精细化运营，预计到2025年整体培训市场容量将达到282亿元，线上社区市场规模将达21亿元，市场渗透率将提升至7%。

- **四类典型服务商类型：**主要包括以泛亚联盟、君学书院为代表的线下社区服务商；以腾跃校长在线、钬花校长社区为代表的线上社区服务商；以多知网、芥末堆为代表的教育信息媒体服务商；以好未来、爱学习为代表的教育综合类服务商。

- **四类典型商业模式：**依据当前社区与培训市场的主流收费方式可分为培训课程与会议付费模式、会员模式、广告付费模式和内容平台销售模式。

- **三大核心竞争要素：**社区与培训市场有三大核心竞争要素：获客能力、运营能力以及产研能力。其中，获客能力是社区与培训服务商的竞争基础；运营能力是社区与培训服务商的竞争关键；产研能力是社区与培训服务商的竞争核心。



市场规模

	市场规模	市场容量	市场渗透率
2019	5亿元	161亿元	3%
2025	21亿元	282亿元	7%

图 23—— 教育 To B 社区与培训市场梳理



- **市场竞争格局：**整体而言，社区与培训市场当前仍处于相对早期的跑马圈地阶段，市场渗透率仅为3%。头部服务商市场占有率较低，利润率较低，商业模式尚未完全跑通，且四类服务商基于自身资源优势开展业务，产品形态差异较大。其中。线下社区服务商由于发展历程较长，拥有较大用户基数，其合作机构数整体处于领先地位；线上社区服务商以线上形式组织开展的培训业务体量仍然较小；教育综合类服务商进入该细分市场的时间相对较晚；教育信息媒体，通过教育资讯获取线上流量，用户覆盖教育公司的管理层、教育产业投资人和教育创业者。

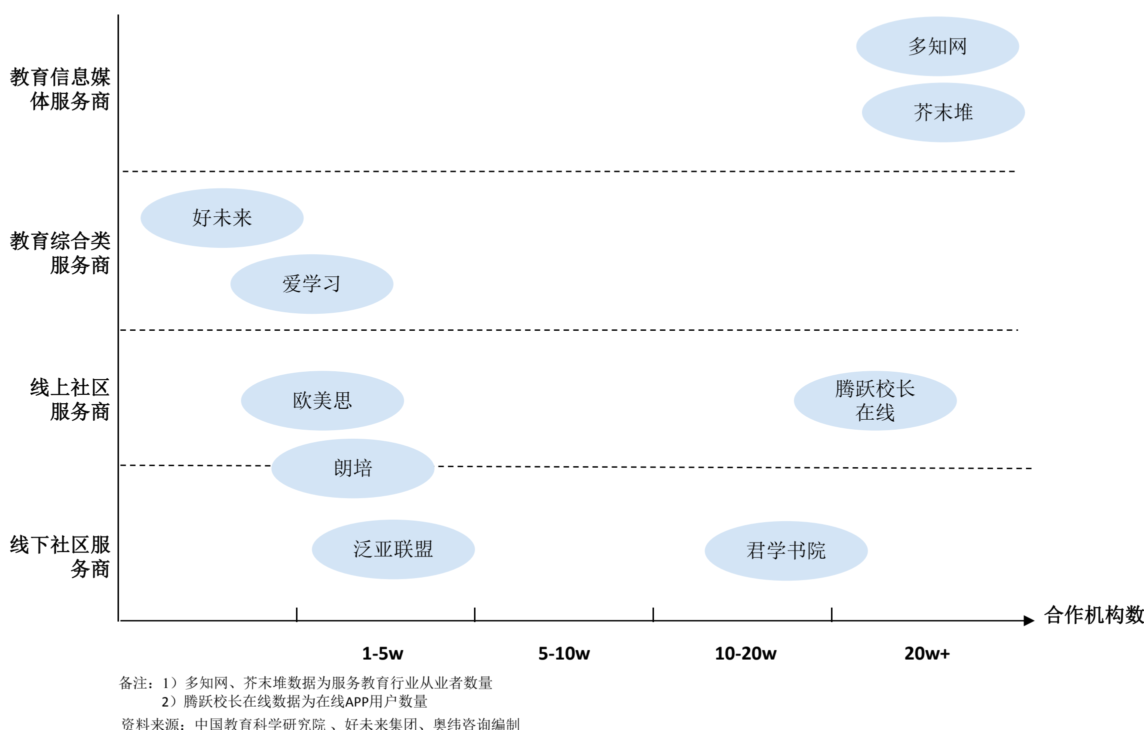


图 24—— 教育 To B 社区与培训市场竞争格局 [10]

3. 发展趋势

- **三位一体的产品组合将成为主流：**线上社区服务商将逐步建立按需开发课程的能力，前向一体化进行To B内容产品研发。教育综合类服务商进行后向一体化进军培训和社群领域。随着两类产品的不断融合，“培训+社群+内容”三位一体的组合将成为必然趋势。

- **线下社区服务商和教育信息媒体服务商将大力探索新型营收模式：**线下社区服务商一方面将同互联网类服务商开展业务合作，向校外培训机构输出数字化的咨询服务，另一方面加大线上业务的探索力度，将线下体系培训课程进行线上化输出。教育信息媒体服务商将积极探索流量变现新渠道，如基于数据分析，为平台上机构和供应商提供双向对接服务模式。

10 资料来源：朗培教育集团、君学书院、泛亚联盟、爱学习、多知网、芥末堆、腾跃校长在线公司官网，未来魔法校官方微信公众号；新经济 100 人：《欧美思：年入 2 亿，赋能 7000 家培训机构，素质教育下沉的想象空间有多大？》，2019 年 2 月 11 日，http://www.newtop100.com/index.php?c=content&a=show&id=649



4．典型案例：基于线上形式开展校长培训与社区服务——腾跃校长在线

校外培训机构对同业交流、学习需求刚性，但限制于地域、时间等客观因素，以线下形式开展的交流、学习活动往往无法高频、便捷地开展，成本因素亦为制约机构选择的重要考量之一。

线上社区提供商通过运营线上社区，满足机构校长和教师的社交需求与业务交流需求。通过录制或直播线上课程，使得机构随时随地、低成本业务培训成为可能。大大降低机构采购成本的同时，涌现出大量优质主题课程如办校选址、师资招聘与培训、续费引流、校区管理等。

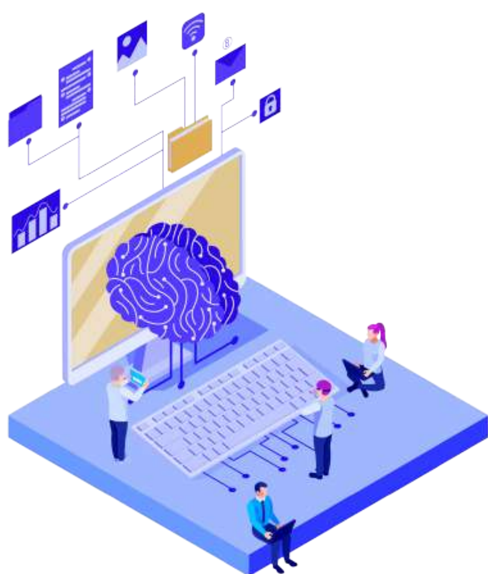
腾跃校长在线通过线上录播课程、办学专家直播和办学资料库等形式为校外培训机构赋能，通过专属精英校长成长营满足机构校长社交需求，扩大其人脉圈资源圈。2018 年腾跃校长在线试水双师课程，并推出双师大语文品牌—方唐文学，为机构提供 To B 内容产品服务。至此腾跃校长在线实现为教育培训行业从业者提供从培训、社交到 To B 产品的全线服务。据腾跃校长在线官网显示，其在线 APP 用户数已突破 23 万[11]。



11 资料来源：腾跃校长在线官网


扫码预购完整版报告

（八）教育To B 智能技术市场



教育 To B 智能技术市场基于 5G、大数据、云计算、人工智能等新一代信息技术，为校外培训机构提供智能化技术解决方案，从而全面提升其经营效率、教学效果和服务粘性。

1. 发展历程

整体来看，教育 To B 智能技术市场先后经历了 2011 年 -2018 年的效率优化阶段、2019 年开始的决策辅助阶段，预计将于 2024 年进入价值提升阶段。目前，智能技术已初步覆盖校外培训机构的“备 - 教 - 练 - 考 - 评 - 管”六大场景，但全场景数据尚未打通，整体发展仍处于决策辅助阶段。

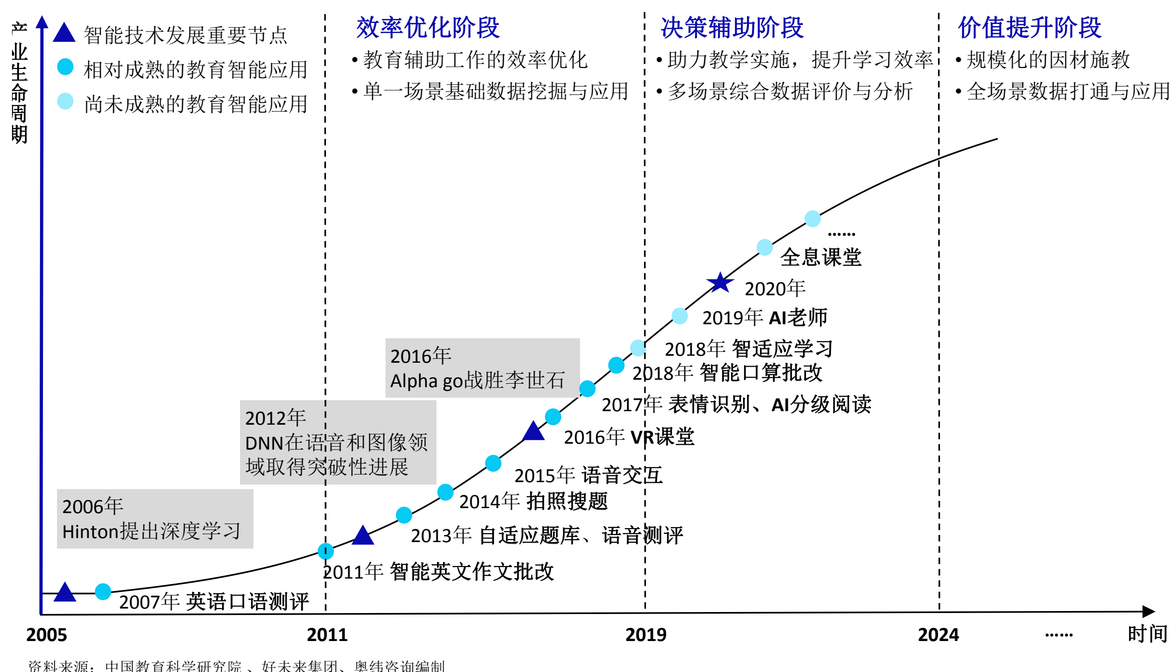


图 25—— 教育 To B 智能技术发展历程



2. 市场现状

受限于通用技术的成熟度等原因，教育垂直场景的 To B 技术服务尚处于早期阶段，随着场景化落地加速，智能技术将逐步深入校外培训机构日常经营全场景，供应端市场格局也将逐渐明晰。

- **四类典型服务商类型：**主要包括以亚马逊AWS、微软Azure、阿里云为代表的基础设施类服务商；以科大讯飞、商汤、旷视为代表的人工智能类服务商；以百度、网易有道为代表的互联网类服务商；以好未来为代表的教育综合类服务商。

- **三类典型商业模式：**一是标准化技术应用，通过教育To B产品为校外培训机构提供智能技术应用，根据具体产品收费；二是标准化技术能力，通过技术平台向校外培训机构开放API接口，为其提供单点或组合的技术能力，基于调用量或采用资源包模式计费；三是定制化开发服务，基于校外培训机构的实际需求，为其提供定制化技术开发服务，按定制需求收费。

- **三大核心竞争要素：**教育To B智能技术服务商基于完备的基础设施、持续的研发投入和海量的数据积累三大要素构建核心竞争力。其中，完备的基础设施建设提供算力支撑，持续的研发资源投入打造算法实力，海量的教育数据积累提升应用精度。



图 26—— 教育 To B 智能技术市场梳理



扫码预购完整版报告

3. 发展趋势

- **校外培训机构对技术应用的需求大幅提升：**后疫情时代，随着机构使用习惯的养成和消费意识的提高，其对To B智能技术应用的需求较疫情前将得到大幅提升。

- **智能技术持续迭代向教育核心环节延伸：**未来2-5年，智能技术将在知识图谱等领域进一步深化，通过智能助教、本地化教研、个性化教案等应用，提升教研教学环节的智能化水平；未来5-10年，智能技术将在认知计算、增强学习等领域实现产业化应用，通过高效、人性化的自适应交互教学，实现对教育核心环节的升级与重构。

- **供给端加速提升差异化技术服务能力：**一方面，服务商将加快其技术的产品化进程，为小微型机构提供智能To B产品，降低其在应用环境、人员配置等方面的应用门槛；另一方面，服务商将增强定制化开发能力，为大中型机构提供更适应其经营场景、满足其个性化诉求的技术应用。

4. 典型案例：智慧教育底层技术开放平台——有道智云

在校外培训机构传统经营模式下，作业批改、组卷阅卷等教学辅助工作耗时较长，大幅挤占了老师备授课等核心环节的时间，导致“大锅饭”式教学成为普遍现象，个性化的精准教育难以实现。

基于光学字符识别、自然语言处理等技术，纸质化内容自动录入、试题切分和识别归类等应用能有效帮助机构建立校级智能教学资源系统，实现教育内容数字化和优质资源共享；基于手写识别、语音识别、自然语言处理等技术，智能批改、口语测评等应用将重复繁重的教学辅助工作自动化，助力老师高效开展教学工作；基于数据挖掘、知识图谱等技术，智能学情分析助力老师快速定位教学问题，提供更精准、更具针对性的教学辅导。

网易有道智云 AI 开放平台，基于其自然语言翻译、光学字符识别、智能语音等核心技术能力，结合自有教育内容、学习型智能硬件，对校外培训机构输出覆盖“教 - 练 - 考 - 评 - 管”五大教学场景的多元化智慧教育解决方案。目前，有道智云的智慧作业解决方案已在北京、浙江、江西等多省市地区落地，合作学校超过 30 家。2019 年有道智云与中国移动达成战略合作，双方将推动 5G+ 智慧教育的创新发展与落地，并计划联合打造 20 所智慧校园标杆学校 [12]。

---

12 搜狐新闻：《网易有道与中国移动达成战略合作，共同推进 5G+ 智慧教育创新》，2019 年 11 月 15 日，https://www.sohu.com/a/353999244_100024677


扫码预购完整版报告



（九）好未来教育To B生态圈

1. 背景

“公平而有质量”已经成为新时代基础教育改革发展的主题[13]。2017 年，党的十九大报告中明确提出“努力让每个孩子都能享有公平而有质量的教育”[14]；2018 年，《政府工作报告》中再次明确要“发展公平而有质量的教育”[15]；2019 年《中国教育现代化 2035》的发布，标志着我国教育发展进入新的历史阶段，这一阶段教育发展的任务将从之前重视规模和数量转向全面提高质量[16]。

好未来在发展过程中始终响应国家顶层方针的引领，坚守助力“公平而有质量的教育”，利用“教育 + 科技”的深度融合，扩大优质教育资源的触达边界，促进教育公平、提高教育质量，最大程度消除地域之间的差距，让中国家庭更好地接受同等、同质的教育。2018 年，好未来选择“开放”和“链接”，开放自身优质教研教学积淀和科技成果，链接教育供给、教育机构和教育人才，联合全行业之力共同打造面向未来的教育 To B 生态，以更优质的教学、普惠的价格，全面推进教育的公平化、均衡化。

13 吕明凯：《公平而有质量 : 新时代基础教育改革发展的主题》，《陕西教育 (综合)》2017 年第 11 期
14 新华网：《习近平：决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告》，2017 年 10 月 27 日，http://www.xinhuanet.com/politics/19cpcnc/2017-10/27/c_1121867529.htm
15 中国政府网：《2018 年政府工作报告》，http://www.gov.cn/guowuyuan/2018zfgzbg.htm
16 中国青年网：《实现教育现代化 发展公平而有质量的教育》，2019 年 2 月 26 日，http://news.youth.cn/gn/201902/t20190226_11879777.htm

2. 好未来教育To B生态

根据公开资料，2018 年 1 月，好未来成立 To B 事业部（后更名为智慧教育开放平台事业部）并推出旗下品牌“未来魔法校”，成为教育 To B 解决方案提供商，将自身优质教研教学积淀和科技成果，形成完整的产品和解决方案输出给全行业。2018 年 12 月，好未来宣布在开放自身能力的同时，聚合更多的行业资源、链接更广的行业需求，构建“一个链接教育供给、教育机构、教育人才三类角色，以内容、服务、工具、AI 四大平台为主体，以教育产业联盟、智能教育加速器、产学研中心、开发者社区为重要补充”的教育 To B 生态，助力面向未来的校外培训机构、赋能面向未来的老师、培养面向未来的学生，凝聚生态的力量提供公平而有质量的教育。

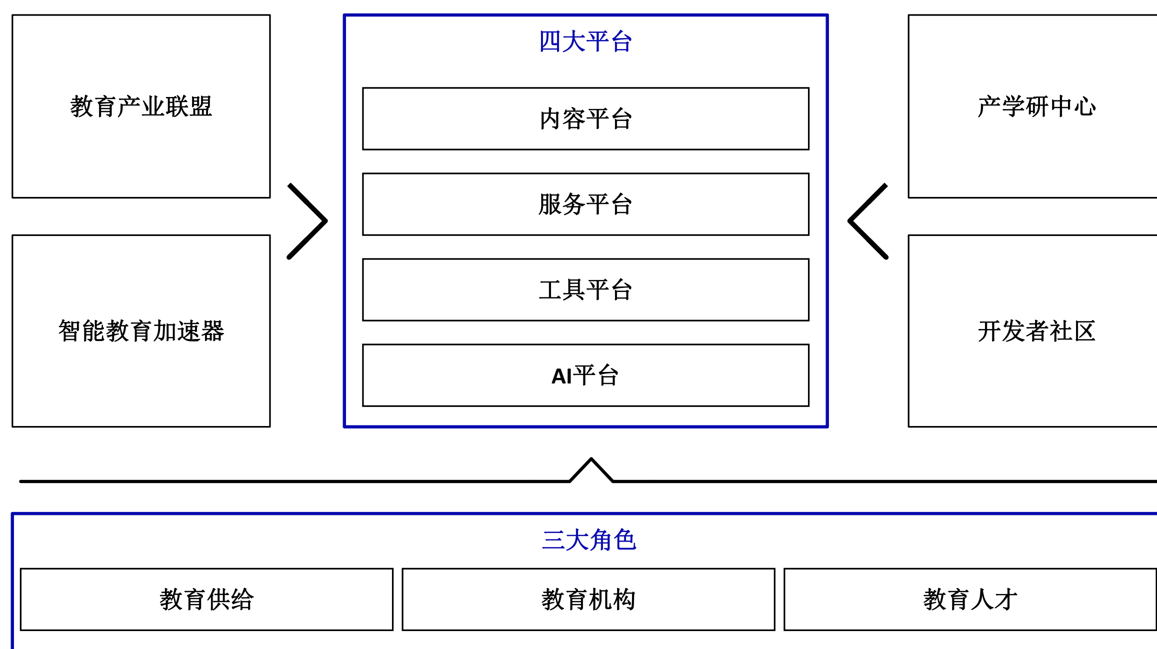


图 27—— 好未来教育 To B 生态

在构建教育 To B 生态的过程中，好未来积极链接全球教育资源、汇聚全行业教育创新探索与实践，不断拓宽赋能行业的边界。当前阶段，好未来将发力重点聚焦于整个 To B 生态的主体部分——内容、服务、工具、AI 四大平台。未来，好未来将投入更多力量不断完善 To B 生态的重要补充——构建以行业合作交流为主要目的的教育产业联盟，构建以投资和孵化项目为主要目的的智能教育加速器，构建以企业、学校、科研单位联动合作为主要目的的产学研中心，构建以为汇聚更多教育开发者、资源共享、激发创新为主要目的的开发者社区。好未来将汇聚各方力量为行业提供从底层能力、解决方案到产品化应用的全场景、全过程、全周期的教育服务支持。



扫码预购完整版报告

平台	层级				
内容平台	产品层	备课资源库	纸质教辅教材	数字化教辅教材	练测资源库
	资源层	题库资源	教研资源	其他教学资源	
服务平台	解决方案	课程解决方案	管理培训解决方案	场地解决方案	
	场景层	教学服务场景	管理培训服务场景	场地服务场景	
	支撑层	教研教学能力	组织管理经验		
工具平台	应用服务层	招生引流SaaS	直播教学SaaS	管理办公SaaS	智慧硬件设备
	应用开发层	好未来自建技术团队	好未来被投企业	第三方独立开发商（ISV）	
	技术支撑层	数据库	中间件	第三方技术支持	......
		底层硬件支撑			
AI平台	产业开放层	AI大学	AI挑战赛	AI加速器	AI教育联盟
	解决方案层	互动测评：语音互动、动作手势互动、问答互动、手写互动	练习批改：口算批改、拍照搜题、作文批改、应用题批改	内容生产：试卷拆题录题、音频生产合成、视频唇形合成、自动讲题	教学管理：后台运营管理、内容审核、精彩内容产出、客服外呼
	技术能力层	计算机视觉、语音交互、自然语言处理、数据挖掘等能力			
		AI算法模型、脑科学模型、认知科学模型、标注训练平台、算法工程化平台、数据开放平台			
		底层云平台			

图 28—— 好未来教育 To B 生态主体部分——四大平台

（1）内容平台

为解决优质教育资源匮乏及分布不均衡的行业痛点，好未来依托自身教研教学积淀、聚合第三方教研教学素材，利用科技手段，打造覆盖课前、课中、课后教学全场景的内容开放平台。该平台主要由资源层和产品层两部分构成；资源层基于好未来自身 17 年积淀的过亿题库及逾 500 万的精品教学素材、4K 画质高清实验视频并整合第三方 To B 服务商以及个人创作者的教研教学素材；产品层包括备课工具、教材教辅、练考测评等解决方案，助力校外培训机构构建课前、课中、课后全场景教学闭环。

"好未来教研云"和"未来好课"是内容平台的两大主力产品，通过聚合自身及第三方优质教育资源并将其产品化向全行业开放。"好未来教研云"[17] 定位于提供覆盖从小学到高中 K-12 全阶段、语数英史地政物化生全学科的海量题库资源及教材，以文字、图片、视频、小程序等形式呈现，并提供大量的试题资源、讲义与试卷模版和各学科的专用编辑器，让备课变得简单，让内容变得丰富。"未来好课"服务于面授课堂，提供全场景的教学产品，以解决教研教学问题为核心，为校外培训机构师生打造专属内容包，配合服务系统和运营支持，全方位突破校外培训机构教学瓶颈。

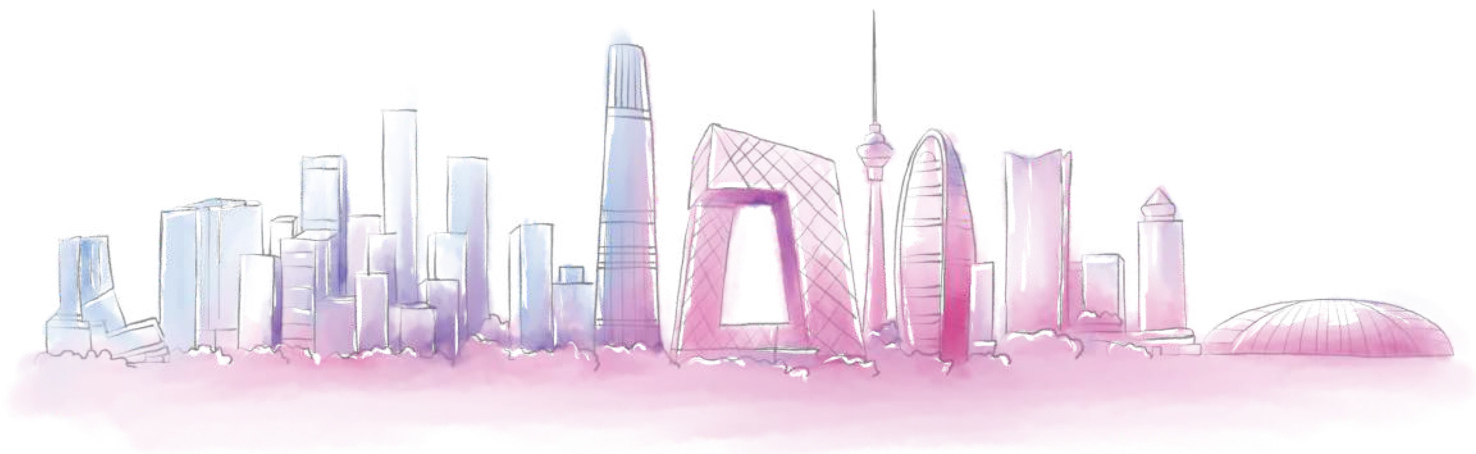
（2）服务平台

好未来基于自身多年教学服务经验积淀，联合生态内战略投资伙伴及合作伙伴，计划搭建覆盖校外培训机构经营全链条的服务开放平台。该

17 好未来教研云官网：https://www.jiaoyanyun.com



扫码预购完整版报告



平台由支撑层、场景层和解决方案层三部分构成；基于底层教研教学能力和组织管理经验两大支撑，构建教学、管理培训、场地三大服务场景，并打造课程解决方案、管理培训解决方案、场地解决方案向行业输出，助力广大校外培训机构提升教学服务质量、推动教育产业规范化升级。

好未来通过旗下自营的 To B 品牌“未来魔法校”和战略投资的综合体品牌“同学都荟”向行业输出覆盖教学、管理培训、场地三大服务场景的解决方案。教学服务方面，以未来魔法校的“双师课堂”和“AI 课堂”解决方案为主。其中，“双师课堂”提供以满足名师主讲为核心的课程解决方案，基于网络互动视频技术连结线上直播授课的北京名师和线下合作机构辅导老师，并通过线上、线下两名老师互相配合，实现学习效果与办学收益的同步提升。而“AI 课堂”依托 AI 课堂新模式，向行业输出高品质的外教课程，实现全球优质师资的规模化复制，把美好的学习体验送给每一个学生。通过 AI 技术与双师课堂的融合，“AI 课堂”可以在加强标准化的同时，实现个性化互动并提供本班化的学习路径。管理培训服务方面，以未来魔法校的“校长学院”为主，作为管理者的培训平台，“校长学院”旨在搭建高品质校长交流社群，为校长和机构管理者赋能，提升机构的组织管理能力和业务运营水平。场地服务方面，教育综合体品牌“同学都荟”为机构提供线下教育场地、物业服务供给，并基于品牌特色与经营口碑助力校外培训机构在品牌推广、流量聚拢、复购转化等方面降本增效。此外，好未来通过投资腾跃校长在线、校长邦等公司，搭建从业者交流社群，为其提供社交、学习和交流的平台，推动教育行业的互通共融。

（3）工具平台

为响应《教育信息化 2.0 行动计划》中“要把教育信息化作为教育系统性变革的内生变量”的号召 [18]，提高整体教育行业效率，引领校外培训机构数字化建设，好未来依托自身技术团队，投资合作软硬件服务商，战略合作头部互联网云服务厂商，建设好未来工具开放平台。该平台主要由技术支撑层、应用开发层和应用服务层三部分构成。技术支撑层基于底层硬件支撑，搭建了数据库、中间件、第三方技术能力等关键功能模

18 教育部：《教育信息化 2.0 行动计划》，2018 年 4 月 13 日，http://www.moe.gov.cn/srcsite/A16/s3342/201804/t20180425_334188.html

块，为校外培训机构的个性化需求提供底层技术支持。应用开发层包括好未来自建技术团队、好未来被投企业、第三方独立开发商（ISV），三方协同进行软硬件产品研发；应用服务层包括招生引流 SaaS、直播教学 SaaS、管理办公 SaaS 和智慧硬件设备，为机构提供全产业链的软硬件工具产品。

好未来通过自主研发的直播云系统和智慧教育终端产品，向行业输出招生、教学、管理全场景覆盖的软硬件工具解决方案。直播云作为泛教育直播解决方案提供商，深植教育场景，为 K-12、成人教育、学科教育、素质教育等各类校外培训机构输出包括“更有料、有趣、有效”的在线直播课堂与一站式招生、运营、管理服务系统，构建一整套贯穿机构管理全流程以及教学全周期的服务闭环，助力传统校外培训机构在教学服务和运营管理上实现全面升级。好未来的硬件解决方案围绕智慧教室的打造，为校外培训机构提供多品类的智慧教育终端产品，包括 AI 智能教学终端 T-BOX、魔法棒答题器、投影设备、摄像头等智能化硬件设备，帮助机构建立基于课堂行为记录和智能测评反馈，给予学生个性化关注的互动式智慧课堂。此外，好未来通过投资招生引流工具小鹅通、直播授课工具 ClassIn 以及教务管理工具校宝在线、校管家等，推动全场景教育 SaaS 工具产业链的分工与联动，加快教育行业的数字化进程。

（4）AI平台

《新一代人工智能发展规划》的发布标志着我国将人工智能发展提升至国家战略层面 [19]，人工智能在教育领域的革命逐渐兴起，好未来积极响应国家顶层方针引导，依托自身技术实力、资源优势和海量教育数据积累，联合海内外知名高校及行业优质技术伙伴，建立提供全场景、全过程、全周期智慧教育服务支持的 AI 开放平台。该平台主要由技术能力层、解决方案层和产业开放层构成；技术能力层依托基础设施云平台，搭建标注训练、算法工程化、数据开放、算法模型、脑科学模型、认知科学模型六大模块，向行业提供开放可直接调用的计算机视觉、智能语音、自然语言理解和数据挖掘等技术能力；解决方案层基于 AI 技术能力整合和服务市场搭建，为机构提供封装完善的智慧教育解决方案，形成互动测评、练习批改、内容生产和教学管理四大解决方案；产业开放层则对外提供 AI 教育、AI 创意竞赛、AI 项目加速器和 AI 教育内容服务联盟等服务，构建产、学、研、用一体化的 AI 教育新体系。

目前，好未来通过联合人工智能、脑科学、认知科学、教育学、心理学、社会学等相关领域专家、科研基地及高校，积极解构教育的各场景和环节、分析教育各类角色的核心需求、建构未来人机协同的大规模个性化因材施教的智慧教育模型。当前，好未来 AI 开放平台已经完成从技术、解决方案和产业化服务三个层面的建设，基于自身科技研发和教学教研的深厚积累，好未来 AI 开放平台面向全行业输出计算机视觉、语音交互等领域的 20 项 AI 能力，以及互动测评、练习批改、内容生产、教学管理四大“教育 +AI”解决方案 [20]，助力校外培训机构教学、运营和管理的智能化升级。此外，好未来通过投资先声智能、中科视拓等领先技术服务商，构建协同共享、开放创新的技术赋能平台，推动教育行业向智能化迈进。

---

19 人民日报人民时评：《人工智能，看趋势也看需求》，2019 年 9 月 11 日，http://opinion.people.com.cn/GB/n1/2019/0911/c1003-31347509.html
20 好未来 AI 开放平台官网：https://ai.100tal.com/


扫码预购完整版报告

3. 成果介绍

- **运营方面：** 截至2019年12月，好未来已通过教育To B生态将多年教研教学积淀和科技成果输送至全国260个城市和地区，服务超过4500家校外培训机构[21]。新冠肺炎疫情期间，好未来迅速响应国家“停课不停学”的号召，推出“避风港”计划，向行业开放线上化工具、内容资源和运营陪护，累计帮助全国4万多家校外培训机构的14万名老师顺利实现面授教学向在线教学的过渡，总覆盖学生千万级，累计在线授课时长达到数千万小时。

- **科技领域：** 公开资料显示，好未来在教育科技领域不断吸纳人才、开拓创新，拥有AI 工程院、脑科学实验室、硅谷研发中心等多个研发部门，并获国家人社部批准设立博士后科研工作站。好未来与清华大学、中科院计算所等高校院所建立了联合实验室，与北京师范大学等签署了教育科学、脑与认知领域的战略合作协议，并与斯坦福大学、华东师范大学等开展联合科研项目，共同探索面向未来的教育方式。2019年8月，科技部批准依托好未来建设智慧教育国家新一代人工智能开放创新平台，好未来成为我国人工智能技术创新和产业生态发展的引领力量。目前，好未来基于海量教育数据，围绕教育场景需求自主研发了包括图像、语音、数据挖掘、自然语言处理等8大类型、100余项AI能力，多项学术成果入选国际顶级会议，科研实力得到国际学术界认可。



21 资料来源：好未来教育开放平台官方微信公众号



四、中国 K-12 教育培训 To B 市场发展趋势

基于当前校外培训机构供需端的发展与挑战，结合政策、科技、新冠疫情等宏观影响，我们判断 To B 市场整体将呈现五大发展趋势：



扫码预购完整版报告

（一）新冠肺炎疫情引爆线上教育需求，激发教育To B市场高速增长

疫情期间，线下业务受阻，校外培训机构对线上营销、直播、办公等软件服务需求激增，教育 To B 用户量迅速扩大。后疫情时代，随着 5G、人工智能等技术加速应用于教育场景，线上线下融合教学将成为行业主流模式，教育 To B 市场还将面临新一轮高速增长。

（二）智能技术引领教育模式革新，助力优质To B资源规模化供给

新一轮科技革命和产业变革的兴起，大数据、云计算、人工智能等技术的高速发展，均推动着教育变革向着更加灵活、便利、高效、个性化以及公平化的方向迈进。教育培训行业也将进一步加强新兴技术的创新应用，加快教育理念、教学方式和管理模式革新速度，实践可规模化的因材施教，扩大优质教育资源的供给，推动实现教育公平。

（三）培训机构需求升级倒逼服务商转型，促进教育To B迈向内部融合新阶段

鉴于不同服务商在数据连通等方面的障碍，校外培训机构对一体化解决方案有着强烈需求。在此背景下，To B 服务商以自身优势产品为立足点大大加快了场景升级和产品融合的速度。未来，伴随 To B 行业产品形态逐渐多元、场景化能力逐渐加深、产品功能逐渐完善，行业发展将进入融合加速期。


扫码预购完整版报告

（四）产业互联网浪潮促使互联网巨头加码进入，重塑教育To B竞争格局

随着教育产业互联网的兴起，互联网类服务商的战略布局重点正从 C 端向 B 端转移。疫情以来，钉钉、腾讯课堂与字节跳动动作不断，积极进军教育市场，获得了大量 B 端客户和 C 端流量。未来，围绕互联网类服务商、教育 SaaS 类服务商、综合教育类服务商之间的竞争将大大重塑行业格局。

（五）行业环境变革推动To B生态化进程加速，重构教育To B价值链

随着 5G、云计算、虚拟现实等底层技术兴起，教育培训 To B 需求端个性化诉求增多，供给端多类型服务商跨界加码进入，中国 K-12 教育培训 To B 生态化进程加速，行业价值链格局面临重构。过去单一的、垂直化的“招生引流—教学—运营管理—场地管理”行业价值链，将演变为更加复杂、多元的行业生态链。在新型价值链格局下，行业价值环节将会得到重新分配，掌握上游优质供给和终端获客能力的机构将占据核心价值点，享受超额利润，而中游重资产重运营环节将在此次重构中逐步低价值化。


扫码预购完整版报告

参考文献

中共中央、国务院印发《中国教育现代化2035》,2019.02

国务院印发《关于规范校外培训机构发展的意见》,2018.08

国务院印发《政府工作报告》,2018.03

国务院印发《新一代人工智能发展规划》,2017.07

全国人大常委会印发《中华人民共和国民办教育促进法》,2018.12

教育部等八部门印发《关于引导规范教育移动互联网应用有序健康发展的意见》,2019.09

教育部等九部门关于印发中小学生减负措施的通知,2018.12

教育部印发《关于加强和改进中小学实验教学的意见》,2019.11

教育部印发《关于规范校外线上培训的实施意见》,2019.07

教育部印发《教育信息化2.0行动计划》,2018.04

教育部考试中心印发《中国高考评价体系》,2020.01

《2019年在线教育研究报告》,2019.11. Mob研究院

曹培杰. 中小学生信息化教学的学习体验调查[J]. 中国电化教育,2014, (9): 24-28.

尚俊杰, 庄绍勇,陈高伟. 学习科学：推动教育的深层变革[J]. 电化教育研究,2015, (1): 6-13.

《2019年中国企业级SaaS行业研究报告》,2019.06. 艾瑞咨询



扫码预购完整版报告

致 谢

本报告编撰过程中，众多专家参与搭建了科学完善的研究框架，贡献了大量的研究资料和案例素材，感谢其在编制过程中的辛勤工作。特别感谢曹培杰、王明建二位专家对全文的统稿和把关，保障了全文的专业性和一致性，感谢好未来教育研究院、深圳市同学都荟商业发展有限公司等团队的支持和帮助。

特别鸣谢:

曹培杰	中国教育科学研究院未来学校实验室	副主任
王明建	嘉兴学院师范学院	副教授
汤学黎	好未来教育研究院	助理院长
王胜芳	深圳市同学都荟商业发展有限公司研究院	首席研究员


扫码预购完整版报告

编委会

编委会组长

王　素	中国教育科学研究院未来学校实验室	主任
黄　琰	好未来集团智慧教育开放平台事业部	总裁
王津婧	奥纬咨询	董事合伙人

编委会成员

李玉顺	北京师范大学教育学部慕课发展中心	主任
张　治	上海市电化教育馆	馆长
曹晓明	深圳大学创客教育实验室	主任
曹培杰	中国教育科学研究院未来学校实验室	副主任
王明建	嘉兴学院师范学院	副教授
袁　野	中国教育科学研究院未来学校实验室	博士

主要作者

刘　畅	好未来集团智慧教育开放平台事业部总裁办	战略投资负责人
蒲彦希	好未来集团智慧教育开放平台事业部总裁办	高级分析师
李若男	好未来集团智慧教育开放平台事业部总裁办	高级分析师
董　欢	好未来集团智慧教育开放平台事业部总裁办	高级分析师
潘晔博	奥纬咨询	项目经理
张梦一	奥纬咨询	咨询顾问
周　凡	奥纬咨询	咨询顾问
陈萌萌	奥纬咨询	咨询顾问



扫码预购完整版报告

版权声明

版权所有 2020 中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询保留所有权利。

未经中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询书面准许不得复制或发布本报告全部或部分内容，中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询对第三方的上述行为不承担任何责任。

本报告中的信息和观点均来自中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询。本报告并非投资建议，不应依赖报告中的建议内容进行投资，也不应将本报告内容替代专业会计、税务、法律或金融顾问意见。中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询已尽最大努力确保报告内容采用了真实、全面和最新的信息和研究结果，但是对所提供信息的准确性不承担任何明示的或者隐含的责任。中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询亦不承担更新报告信息或结论的任何责任。中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询对于因本报告内容、引用此处信息的任何报告或资料来源采取或放弃的任何行为而产生的损失或者对任何后果性的、特殊的、相似的损害 (即使得知该损害发生的可能性) 不承担任何责任。本报告不构成买卖有价证券要约，亦不构成买卖有价证券要约邀请。未经中国教育科学研究院、好未来集团、奥纬咨询书面同意不得出售本报告。


扫码预购完整报告

出版方

中国教育科学研究院

中国北京市海淀区北三环中路46号，100088
www.nies.net.cn

好未来集团

中国北京市海淀区丹棱街6号
丹棱SOHO15层，100080
+86 10 5292 6669
www.100tal.com

奥纬咨询

中国上海市徐汇区长乐路989号
世纪商贸广场37楼3708-3710室，200031
+86 21 8036 9300
www.oliverwyman.com



2020 中国 K-12 教育培训 To B 市场发展报告

（摘要版）

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽晕染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学	
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学	
	吉他教学					
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	乒乓球教学	太极拳教学	
	围棋教学	高尔夫球				
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织	
	小吃+美食					暗号：666
语言学习：	英语					免费领取资料微信
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学				1131084518

微信1131084518
撩汉liaohan.net
最好资源zuihaoziyuan.com



如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

